

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

La représentation des personnes grosses dans une discussion sur *YouTube*

L'argumentation et les attitudes des internautes

Mémoire de master
Philologie française
Département des langues
Université de Helsinki
Avril 2019
Anna Helena Gullsten



| | | | |
|---|--|---|--|
| Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Humanistinen tiedekunta | | Laitos – Institution – Department Nykykielten laitos | |
| Tekijä – Författare – Author Anna Helena Gullsten | | | |
| Työn nimi – Arbetets titel – Title La représentation des personnes grosses dans une discussion sur <i>YouTube</i> – L'argumentation et les attitudes des internautes | | | |
| Oppiaine – Läroämne – Subject Ranskalainen filologia | | | |
| Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma | | Aika – Datum – Month and year Huhtikuu 2019 | Sivumäärä– Sidoantal – Number of pages 79 |
| <p>Tiivistelmä – Referat – Abstract</p> <p>Tutkielmassa tarkastellaan yhtä ranskankielistä <i>Youtube</i>-videon keskustelua aiheesta <i>grossofobia</i>, joka tarkoittaa lihavien ihmisten syrjintää. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten lihavat ihmiset representoidaan ja millaisia asenteita internetin, tässä <i>Youtuben</i>, käyttäjillä on lihavia ihmisiä kohtaan sekä minkälaista argumentaatiota he käyttävät kommentteissaan aiheesta. Tarkoituksena on myös havainnollistaa keskustelun kommenttien avulla, millä tavoin lihavien ihmisten syrjintä näkyy jokapäiväisessä elämässä ja millaiset asenteet dominoivat valtavirtaa.</p> <p>Tutkielman teoreettisena lähtötaustana on kriittinen diskurssinanalyysi, joka huomioi ideologian ja vallan käsitteet diskurssissa sekä retorinen diskurssinanalyysi ja representaation ja stereotypian teoriat. Tutkimuksen aiheen vuoksi <i>grossofobian</i> ja lihavuustutkimuksen (<i>Fat Studies</i>) käsitteitä avataan lyhyesti tutkimuksen alussa, jotta lukijoilla olisi parempi käsitys tutkimusalueen merkityksestä, kontekstista ja laajuudesta.</p> <p>Tutkimusaineistona on <i>Youtube</i>-keskustelu, joka käsittää 886 kommenttia melkein 400 eri käyttäjältä, minkä takia aineisto on jätetty yhteen keskusteluun. Tutkimuksessa analysoidaan sanastoa, joka kuvaa lihavia ihmisiä tai lihavuutta, sekä argumentaatiota, niin teeman kuin sen retoristen työkalujen puitteissa. Sanaston analyysin avulla nähdään muun muassa, millainen ideologia piilee tietyn lihavaa ihmistä tai lihavuutta ilmaisevan sanan tai ilmaisun takana. Argumentaation teeman ideana on hahmottaa, mitkä puheenaiheet liittyvät vahvasti keskusteluun lihavista ihmisistä puhuttaessa. Argumentaation retoristen työkalujen analyysi näyttää, millä tavoin <i>Youtuben</i> käyttäjät yrittävät vakuuttaa kanssakäyttäjät omista mielipiteistään. Näiden analyysien kautta nähdään myös, miten stereotypiat ja ennakkoluulot vaikuttavat asenteisiin, odotuksiin ja tiettyyn käytökseen, kuten aggressiiviseen ilmaisuun. Analyysissä tutkitaan hieman myös erilaisia kielellisiä menetelmiä, jotka ylläpitävät tai hajottavat diskursiivista valtaa ja jotka tuottavat polaarista <i>me-he</i> -jaottelua.</p> <p>Tutkielma on mittakaavaltaan pieni ja rajoitettu, jolloin tuloksia ei voida pitää kattavina tai täysin luotettavina. Tutkimuksen perusteella voidaan kuitenkin päätellä, että tulokset korreloivat muiden lihavuustutkimusten tulosten kanssa. Tämä tutkielma antaa osviittaa tavallisen kansan näkemyksistä ja asenteista lihavia ihmisiä kohtaan ja millä tavoin heihin kohdistuva syrjintä esiintyy kielellisesti sosiaalisessa mediassa.</p> <p>Tutkimuksen tulokset osoittavat, että lihavuuskeskustelussa vallitsee lääketieteestä tuleva diskurssi, joka määrää, millä tavoin lihavuutta ja lihavia ihmisiä katsotaan ja määritellään. Tämä diskurssi leimaa lihavuuden sairaudeksi ja lihavat ihmiset sairiksi ja samalla määrittää lihavien ihmisten fyysisen ja psykologisen todellisuuden. Lihavien ihmisten fyysinen puoli rajoitetaan lääketieteelliseen tietoon (ylipainoinen, sairas, normaalista poikkeava) ja psykologinen puoli nähdään vähäpätöisempänä, sillä heidän moraali on oletettavasti heikompi eikä heillä ole itsekuria, tahtoa tai luonnetta. Tästä diskurssista ovat muun muassa syntyneet negatiiviset stereotypiat ja ennakkoluulot, jotka nyt hallitsevat yleistä mielipidettä. Tulokset antavat pientä suuntausta siihen, että diskurssia kyseenalaistetaan, sillä aineistossa on myös käyttäjiä, jotka puolustavat lihavien ihmisten oikeuksia ja haastavat nykyisiä stereotypioita ja ennakkoluuloja heistä.</p> <p>Jatkotutkimusta ajatellen olisi mielenkiintoista tutkia laajemmassa mittakaavassa väestön asenteita lihavia ihmisiä kohtaan, samalla tavoin kuin rasistisia asenteita on tutkittu. Empiiristen, kattavien tutkimusten lisääntyminen aiheesta Ranskassa auttaisivat hahmottamaan ongelman laajuuden sekä kyseenalaistamaan ja muuttamaan vallitseva pejoratiivinen diskurssi lihavista ihmisistä.</p> | | | |
| Avainsanat – Nyckelord – Keywords representaatio, asenteet, stereotypia, lihavuus, lihavat ihmiset, valta, syrjintä, diskurssinanalyysi, polarisaatio, argumentaatio | | | |
| Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Keskustakampuksen kirjasto | | | |
| Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information | | | |

Table des matières

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Introduction | 3 |
| 2 | Corpus et méthodologie | 6 |
| 2.1 | La grossophobie | 6 |
| 2.2 | Corpus | 10 |
| 2.3 | Méthodologie..... | 12 |
| 3 | Contexte théorique | 13 |
| 3.1 | Le pouvoir | 13 |
| 3.2 | L'analyse critique du discours..... | 15 |
| 3.3 | L'analyse du discours rhétorique | 20 |
| 3.4 | La polarisation <i>nous – ils</i> | 26 |
| 3.5 | La représentation et l'identité..... | 28 |
| 3.6 | Le stéréotype | 30 |
| 4 | Analyse..... | 34 |
| 4.1 | La classification lexicale | 34 |
| 4.1.1 | Les mots signifiant ou paraphrasant les notions de <i>gros</i> et de <i>grosueur</i> | 34 |
| 4.1.2 | Les insultes signifiant un <i>gros</i> | 39 |
| 4.2 | La construction des argumentations | 43 |
| 4.2.1 | Les thèmes des arguments..... | 43 |
| 4.2.2 | Les outils rhétoriques dans les arguments..... | 54 |
| 5 | Synthèses des résultats | 70 |
| 6 | Conclusion | 74 |
| | Corpus | 75 |
| | Bibliographie..... | 75 |
| | Bibliographie secondaire..... | 76 |
| | Sites Internet..... | 77 |

Tableaux

| | |
|--|----|
| Tableau 1 Le corpus en chiffres..... | 11 |
| Tableau 2 Listes de mots désignant les gros et la grosseur et leur nombre..... | 35 |
| Tableau 3 Les insultes signifiant les gros et leur nombre..... | 41 |
| Tableau 4 La classification des thèmes des arguments. | 45 |
| Tableau 5 Classification des outils rhétoriques des arguments. | 57 |

Figures

| | |
|--|----|
| Figure 1 Les métafonctions et les strates..... | 17 |
|--|----|

1 Introduction

Actuellement, il y a un grand débat sur la *grossophobie*, un terme récent, mais beaucoup utilisé dans les médias, qui, selon *Le Petit Robert* (www2), « désigne une attitude de stigmatisation, de discrimination envers les personnes obèses ou en surpoids ». En France, cette polémique est devenue de plus en plus actuelle spécialement depuis que l'écrivaine Gabrielle Deydier, a raconté sa propre histoire en tant que personne obèse. Son ouvrage *On ne naît pas grosse* (2017) décrit les défis qu'elle a survécus dans son quotidien. Ce livre a provoqué une discussion nationale et même internationale sur la *grossophobie* (un article paru aussi dans *Helsingin Sanomat* [www3]). Selon Deydier (www4), l'obésité est vue comme le résultat d'une absence de volonté ou uniquement comme une question d'alimentation ou de manque de sport. Elle dit aussi que « grossir devient de plus en plus 'facile', mais [que] les obèses sont des pestiférés ». Inspirée par ce cas, nous avons eu l'idée d'examiner ce sujet qui est en plein essor (pour plus de détails sur la grossophobie, voir ch. 2.1).

Dans cette recherche, nous étudierons la représentation des personnes grosses dans une chaîne de discussion, liée à une vidéo, sur *YouTube* (www1). Nous analyserons et comparerons la forme de ces représentations, les stéréotypes évoqués et l'argumentation des internautes. Les gros sont généralement vus dans un sens péjoratif et cela s'accroît dans la presse et dans les réseaux sociaux (Harjunen, 2009 : 67). Ce que nous voulons savoir est comment ces gens sont perçus dans les médias, quelle est l'image donnée et quelle est l'attitude générale envers eux. Il sera aussi intéressant de voir la façon dont les internautes argumentent leurs opinions sur ce sujet.

Les questions de recherche de cette étude sont :

1. Quelle est la représentation des gros dans cette chaîne de discussion ?
2. Comment les internautes construisent-ils leurs argumentations ?

L'hypothèse de base est qu'il y a plus de représentations négatives que positives ou neutres, car les gros sont généralement vus péjorativement (ch. 2.1). En outre, nous avons une hypothèse sur l'argumentation : nous nous attendons à ce que l'argumentation soit négative que les internautes n'arrivent pas à comprendre le vécu des gros et ne sentent pas d'empathie et que la polarisation entre *nous* et *ils* (manière d'argumenter) est présente entre les personnes dites normales et les gros.

Cette enquête se concentrera plus sur le côté linguistique, c'est-à-dire sur la représentation écrite (les noms et les mots descriptifs comme les adjectifs, les synonymes, et

les euphémismes) des personnes grosses et sur l'argumentation utilisée pour et contre les gros. L'analyse de ces représentations permettra aussi d'évaluer le degré d'empathie des internautes envers les gros. L'étude se basera sur les théories de l'analyse du discours et de l'argumentation, où les notions de pouvoir, de représentation, de stéréotype et de polarisation sont convoquées, afin d'expliquer les termes soulevés et de répondre aux questions de recherche.

De plus, l'objectif de cette étude est d'examiner l'avis populaire et (souvent) stéréotypé sur les gros. En effet, l'intérêt d'étudier une chaîne de discussion en ligne est que c'est un milieu idéal et une façon « honnête » de voir les *vrais* avis des gens. Évidemment, selon Ulla Tuomarla (2014), l'absence de médiation et l'anonymat des internautes rendent possible l'agression verbale dans les forums de discussion. Elle souligne aussi que « l'impolitesse ou la violence verbale qui a lieu dans le contexte de communication médiatisée par ordinateur [CMO] est plus récurrente et diffère en nature de la violence en face à face » (2014 : 8). Tuomarla s'appuie dans son étude plus sur la violence verbale, mais la citation s'applique aussi à cette étude car elle souligne la facilité des internautes de commenter ce qu'ils veulent, que ce soit positif ou négatif. Cette étude n'est pas exhaustive due à la limitation du corpus, mais elle offre un aperçu sur ce thème peu étudié en français (ou même en finnois).

Le but de cette étude est aussi de répandre et d'approfondir la compréhension des attitudes discriminatoires envers les gens qui sont généralement vu comme *hors-normes*, ici les personnes grosses. Il est intéressant d'étudier la discrimination via les représentations et les stéréotypes, car comme Harjunen (2009 : 58) l'explique : « L'oppression des groupes particuliers de personnes et les inégalités comme le sexisme et le racisme sont fondés sur les hiérarchies et aux relations de pouvoir qui organisent des sociétés et la vie quotidienne.¹ » La notion de pouvoir est également importante dans cette étude car Harjunen (*ibid*) commente que ceux qui font partie des groupes dominants sont avantagés vis-à-vis de l'acceptation sociale et des privilèges de statut et de pouvoir politique et économique. Ils sont privilégiés et peuvent dicter les normes. En même temps, ceux occupant des groupes inférieurs n'ont pas ces avantages. La notion de pouvoir dans les interactions humaines sera expliquée en détail dans le chapitre 3.1.

Cette étude est organisée de la manière suivante : le terme *grossophobie*, le corpus et la méthodologie seront introduits dans le chapitre 2. Les termes clés de l'étude et les théories

¹ « Oppression of particular groups of people and inequalities such as sexism and racism are rooted in power hierarchies and relationships that organize societies and everyday life. » Notre traduction.

seront définis dans le chapitre 3 du contexte théorique. Le chapitre 4 sera consacré à l'analyse du corpus. Le travail se terminera par les résultats (ch. 5) et une brève conclusion (ch. 6).

2 Corpus et méthodologie

Dans ce chapitre, nous introduirons le corpus de ce travail et la méthodologie utilisée pour étudier et analyser le corpus. Premièrement, seront expliqués brièvement la *grossophobie* afin d'expliquer le contexte et puis, le corpus dans sa totalité et deuxièmement, seront introduites les méthodes de recherche.

2.1 La grossophobie

Dans ce sous-chapitre, nous développons le thème de la *grossophobie*, qui « désigne une attitude de stigmatisation, de discrimination envers les personnes obèses ou en surpoids » (*Le Petit Robert*, [www2](#)). Il est important de connaître un peu ce domaine afin de comprendre l'intérêt de cette recherche. De plus, aujourd'hui, l'étude sur les gros, les *Fat Studies*², se répand et les chercheurs s'intéressent de plus en plus à ce phénomène (Harjunen, 2009 ; Fikkan & Rothblum, 2011).

Actuellement dans la société occidentale, selon Hannele Harjunen (2009), l'apparence joue un rôle important dans l'acceptation sociale. De fait, l'apparence seule n'est pas jugée, mais l'apparence du corps est liée aussi à la morale de la personne. Le corps physique est vu comme un miroir du caractère, de l'hygiène de vie, de la morale, des valeurs et du comportement de la personne et donc ce jugement se manifeste en tant que préjugés et présomptions sur un aspect du corps, comme sur la taille. (Harjunen, 2009 : 15). Le corps gros est associé à des caractéristiques négatives, comme à la paresse, au manque de contrôle et à la stupidité et en revanche, le corps fin est lié à plusieurs caractéristiques positives comme à l'intelligence, à l'efficacité, au contrôle, à la bonne santé et à la beauté (Harjunen, 2009 : 16). De surcroît, la discrimination des personnes grosses ne s'arrête pas au milieu social (la vie quotidienne, les relations humaines, etc.), et ce phénomène est de plus en plus étudié dans le milieu professionnel et médical (Puhl & Brownell, 2003 : 53). Par exemple, Rebecca Puhl et Kelly Brownell (2001 : 6) montrent que plusieurs études indiquent que l'obésité peut influencer les jugements et les pratiques des professionnels (médicaux).

Effectivement, Hannele Harjunen (2009 : 27) explique que c'est le corps gros qui est vu comme le problème et non la société qui produit, maintient et tolère de plusieurs manières les préjugés de taille. En particulier, elle rajoute que la grosseur n'est fréquemment vue que par

² Nous utilisons le terme *Fat Studies* car nous n'avons pas trouvé de terme équivalent dans les études faites en français. Notre traduction serait « l'études des gros ».

ses termes médicaux (obésité, surpoids, obésité morbide, etc.) et ces termes sont vus comme la seule vérité, même si le discours médical sur la grosseur est de plus en plus mis en question.

Dans le discours médical, la grosseur est une maladie qui doit être contrôlée, réglementée et traitée. De plus, le discours médical soutient l'idée du corps gros en tant que socialement inacceptable et en tant que corps stigmatisé parce que les corps gros sont catégoriquement étiquetés comme anormaux et malsains et les corps fins sont (étroitement) définis comme normaux et sains. (Harjunen, 2009 : 23–24, 31).

Selon Harjunen (2009), la méthode la plus fréquente pour mesurer et estimer la corpulence est l'indice de masse corporelle (IMC, en anglais *Body Mass Index [BMI]*) qui calcule la corpulence selon le poids et la taille. La classification se réalise par les quatre groupes les plus courants : maigreur (moins de 19), poids idéal (entre 20 et 24), surpoids (entre 25 et 29) et obèse (plus de 30) (Harjunen, 2009). Pourtant, l'IMC est critiqué car selon Harjunen (2009 ; voir aussi Lahti-Koski, 1999), il est impossible de diviser les personnes en groupe en bonne ou en mauvaise santé en se basant sur le poids. Elle rajoute également que selon l'étude de Flegal *et al.* (2005), les personnes en meilleure santé sont celles dans la catégorie actuelle de « surpoids », donc l'IMC est trop mécanique pour vraiment mesurer la santé (2009 : 30).

Par ailleurs, Samantha Murray (2008 : 16–17) dit aussi que comme l'obésité est reconnue en tant que maladie, le milieu médical a essayé de trouver les causes d'obésité, mais avec beaucoup de difficultés. Elle ajoute que les causes trouvées (la génétique, les facteurs environnementaux, les changements de mode de vie, l'excès de nourriture compulsif, l'irresponsabilité personnelle, les mauvais choix alimentaires et l'insuffisance d'exercices physiques) sont vagues et renvoient à l'échec de la médecine de guérir l'obésité (2008 : 17). Le milieu médical a aussi dû développer des médicaments et d'autres formes d'interventions médicales coûteuses qui peuvent également avoir des conséquences négatives (des effets secondaires même mortels). Actuellement, l'intérêt se porte sur les facteurs environnementaux, mais cette tendance promeut l'idée de la responsabilité morale de l'individu qui est problématique (Murray, 2008 : 17–18).

Pour ce qui est des recherches non-médicales, les *Fat Studies* préfèrent le terme *gros* car il est considéré comme plutôt descriptif et neutre comparé à *obèse* ou *en surpoids* qui ont un côté médical et une connotation plutôt négative (Harjunen, 2009 : 22 ; Fikkan & Rothblum, 2011 : 576). Actuellement, le terme *gros* (*fat* en anglais) est le plus utilisé dans les recherches non-médicales pour le revaloriser et l'assimiler à de connotations positives au lieu de

négatives (*ibid.*). Dans cette étude, nous utiliserons le plus souvent ce terme *gros* justement pour ces raisons.

Hannele Harjunen (2009 : 90) mentionne aussi que la polémique sur le poids vise, d'après beaucoup d'études, majoritairement les femmes. Elle trouve également dans ses études que les femmes sont plus évaluées par leur corps dans cette société que les hommes. Elle donne comme exemple le milieu éducatif où les filles peuvent être nommées grosses à l'école sans vraiment avoir de surpoids. Harjunen explique, de plus, que l'école pratique encore des usages qui renforcent l'idée du corps féminin sur lesquels se fondent les sentiments d'insécurité sur l'apparence chez les filles. Ces pratiques leur enseignent à surveiller leur corps pour le conformer à un idéal normatif du corps féminin (*ibid.*). C'est ainsi que l'étude des gros est souvent liée à l'étude féministe.

D'ailleurs, Fikkan et Rothblum (2011 : 575), se référant à Wooley *et al.* (1979), mentionne que la grosseur est une question féministe parce que la culture permet aux femmes beaucoup moins de déviation par rapport aux idéaux esthétiques qu'aux hommes. Cela veut dire que plus de femmes que d'hommes se sentent moins bien dans leur peau et ont des actions correctives, comme des diètes restrictives jusqu'à avoir des troubles du comportement alimentaire. D'après Wooley *et al.* (1979, cité par Fikkan & Rothblum, 2011), le « prix payé »³ par les femmes à cause de leur corps déviant est la discrimination du fait d'être gros, en plus du *prix* psychologique et émotionnel.

De plus, selon Samantha Murray (2008), par les constatations que la société fait sur la grosseur, elle renforce le « savoir » du type de personne que la femme grosse représente. En effet, la femme grosse serait fainéante et ne voudrait pas changer ou adopter un mode de vie sain, elle serait une mangeuse compulsive, hyper émotionnelle et en échec physique et moral (Murray, 2008 : 4). Murray rajoute également que les femmes grosses sont conditionnées pour avoir honte de leur corps et pour s'engager dans des processus infinis pour le changer, l'améliorer et le normaliser (2008 : 5). Les femmes grosses sont vues comme non-désirables, sales, en mauvaise santé, non-intelligentes et récalcitrantes à changer. Toutes ces attitudes négatives ont, d'après Murray, poussé les femmes grosses à prendre la parole et à chercher des réponses à la grossophobie répandue et sanctionnée par les institutions (*ibid.*).

En effet, les *Fat Studies* sont moins avancées en France que dans les pays anglophones comme aux États-Unis ou en Angleterre où le mouvement d'acceptation de poids (*Size/Fat Acceptance Movement*) date de la fin des années 60 (Murray, 2008 : 100 ; Alentola, 2017). Le

³ « price paid » – Notre traduction. (Wooley *et al.* 1979).

concept d'obésité sinon est globalement plus étudié, mais principalement dans son contexte médical, et non social. Selon Murray (2008), le mouvement social pour accepter le corps gros utilise (entre autres) la même rhétorique que le mouvement des droits civiques et le *Gay Pride*⁴. Au lieu de s'excuser de ses défauts du corps, cette rhétorique encourage à la célébration et à l'acceptation du corps (Murray, 2008).

Actuellement, selon le mémoire d'Anni Emilia Alentola (2017), les réseaux sociaux (par exemple *Instagram*) ont facilité l'expansion de cette célébration, car les individus peuvent aisément publier leur témoignage et réclamer le *body positive* qui est un terme récent pour accepter tous les corps comme ils sont. Alentola (2017) explique que ce mouvement a ses racines dans le mouvement d'acceptation des gros, mais aussi dans le mouvement féministe « The Body Positive » des États-Unis dans les années 1990.

L'idée du mouvement est de promouvoir les corps naturels (avec imperfections) et de toutes tailles et de représenter (surtout) les femmes d'une nouvelle manière, sans tenir compte du regard des hommes, des normes de genre et des standards occidentaux de beauté (Alentola, 2017 : 5). D'après Alentola (2017), la participation à ce mouvement peut être généralement vue comme une action politique ou comme un instrument pour développer l'estime de soi (ou les deux). Effectivement, notre corpus fait partie de la revendication du corps gros usant une plateforme connue des réseaux sociaux (*YouTube*) pour informer de la grossophobie qui est considérée comme une affaire politique.

Cependant, Alentola (2017) montre que le *body positive* n'est pas sans questionnement, car dans son étude, l'utilisation des *hashtags* (#bodypositive, #bodypositivity) est subjective, donc dépend de la compréhension du phénomène par l'utilisateur. Elle souligne aussi que les photos les plus populaires sous ces *hashtags* se rapprochent des standards de beauté traditionnels et occidentaux ce qui montre comment les normes de genre et de beauté sont profondément implantées dans la société (2017 : 46). Murray aussi (2008 : 8) critique la problématique du modèle subjectif que les discours anti-grossophobes utilisent. Par exemple, elle s'interroge sur l'adaptabilité du discours sur le corps et sur la conceptualisation de la grosseur que ces mouvements assument (*ibid.*). C'est-à-dire que malgré les efforts et les intentions de ces mouvements, il est extrêmement difficile de changer l'avis populaire sur le corps et la grosseur. En effet, Harjunen (2009) note que le plus grand défi pour le mouvement d'acceptation des gros est d'avoir le support du public.

⁴ Il n'y a pas de traduction équivalente en français.

Ce qui nous intéresse dans ce corpus est justement de voir ce que pensent les personnes ordinaires du sujet. Les résultats des questions de recherches (la représentation des gros et l'argumentation des internautes) donneront donc une petite idée de ce qu'est l'environnement actuel vis-à-vis des gros.

2.2 Corpus

Comme mentionné dans l'introduction (ch. 1), le corpus a été choisi dans *YouTube* (www1) qui est une plateforme populaire de vidéos sur Internet où les internautes peuvent aussi participer aux chaînes de discussions liées à ces vidéos. En effet, c'est un milieu approprié pour avoir une discussion authentique dans « un espace libéré des normes de politesse ordinaires » (Tuomarla 2014 : 8–9). En outre, les internautes participant à ces discussions forment un groupe hétérogène et varié, car d'après Aiofe De Brún *et al.* (2014 : 74), les internautes ont moins peur d'être évalués et ont moins de pression de se conformer aux opinions dominantes dans les communications par ordinateur.

La chaîne de discussion étudiée dans la présente étude est liée à la vidéo (2min25) provenant de la chaîne *Brut.*⁵ dans *YouTube* sous le titre de « Le collectif Gras Politique lutte contre la grossophobie » où la cofondatrice du collectif *Gras Politique*, Eva Perez-Bello, raconte les manières dont la grossophobie se manifeste pour les personnes grosses, au quotidien. Elle explique aussi le combat de ce collectif et ses objectifs pour arrêter la grossophobie : « Parce qu'aujourd'hui on est 20 % d'obèses ou de gros en France et quand on regarde comment naît un gros, on se rend compte que la grossophobie a une grande part dans la création du gros. »

En premier lieu, dans la vidéo, nous voyons une personne grosse, Eva, qui parle de quelques occurrences grossophobes qu'elle a vécues dans le quotidien, par exemple, des regards bizarres des gens ou des commentaires quand elle s'achète un croissant le matin. De plus, elle parle un peu du fait qu'elle ne passe pas par les tourniquets dans les métros ou que sa tenue de travail n'est pas adaptée. Elle mentionne le harcèlement de rue quotidien et qu'elle n'y fait plus attention car elle a 32 ans et que cela fait plus ou moins 30 ans qu'elle est obèse.

En deuxième lieu, Eva dit aussi que le fait d'être appelée grosse n'est pas une insulte, mais seulement un adjectif qualificatif. En revanche, ce sont les *idées reçues* qui l'embêtent, comme « parce que je suis grosse, on va me dire : 'oui, mais t'es fainéante' » ou « parce que

⁵ *Brut.* est un média d'information 100 % digital n'utilisant que des vidéos.
https://www.youtube.com/channel/UCSKdvgqdnj72_SLggp7BDTg/about

je suis grosse, on va pas m'embaucher⁶ ». Ensuite, elle exprime la mauvaise adaptation de l'urbanisme aux personnes grosses ; elle réfère à l'urbanisme anti-sdf qui est en même temps « anti-gros », par exemple les accoudoirs des sièges l'empêchent de s'asseoir. Elle explique également que « rien est fait aujourd'hui pour que les gros puissent vivre normalement dans la société ».

Finalement, Eva explique que leur collectif *Gras Politique* ne fait pas la promotion de l'obésité. Elle ajoute que l'on peut dire que les gros/obèses sont malades et qu'il y a des « comorbidités » associées à l'obésité. Par contre, l'objectif de l'association est de lutter contre la grossophobie, car la fin de la grossophobie sera en relation avec la fin ou la diminution de l'obésité. Pour elle, la grossophobie fait partie de la création du gros et que pour soigner les gros, il « faudrait arrêter de taper sur les gros ». (*YouTube*, *www1*.)

Nous avons choisi cette discussion car bien que la vidéo ne dure que deux minutes et 25 secondes, il y avait 886 commentaires, 1200 *likes*⁷ et 678 *dislikes*⁸ sur 45 614 de *views*⁹ au moment de l'enregistrement de la discussion, le 14/6/2018. La vidéo même a été publiée le 27/4/2018. Ce sujet est aussi un sujet *chaud*, ce qui veut dire qu'il provoque beaucoup d'émotions et de réactions chez les gens et spécialement chez les commentateurs (Tuomarla 2014 : 3). Les chiffres clés concernant cette vidéo sont regroupés dans le tableau ci-dessous.

| <u>CORPUS</u> | <u>14/06/2018</u> |
|---|--------------------------|
| | Chiffre |
| Commentaires | 886 |
| Views | 45 614 |
| Likes | 1200 |
| Dislikes | 678 |
| Internautes participant à la discussion | 396 |

Tableau 1 Le corpus en chiffres.

L'enregistrement du corpus a été fait d'abord en enregistrant en tant que photos d'écran tout le site où se trouvent la vidéo et les commentaires (pour prévenir toute altération ultérieure du corpus) et puis, en transférant manuellement tous les commentaires (aussi les *likes* et les

⁶ [sic] Cité directement de la vidéo, elle utilise du langage parlé/courant. (*www1*)

⁷ 1200 personnes qui ont aimé (le pouce debout).

⁸ 678 personnes qui n'ont pas aimé (le pouce en bas).

⁹ 45 614 fois que la vidéo a été regardée.

réponses) dans un document Word qui a été également converti en document PDF. En plus, les internautes ont été comptés en marquant tous les pseudonymes dans un tableau Excel au fur et à mesure de la lecture des commentaires.

2.3 Méthodologie

Dans cette recherche, nous avons utilisé des méthodes quantitatives et qualitatives. En premier lieu, nous avons pris en compte des chiffres (nombre de commentaires, d'internautes, des occurrences des mots signifiants ou paraphrasant les gros et la grosseur, etc.) présentes dans le corpus afin de voir la taille et les informations quantitatives du corpus.

En deuxième lieu, nous avons examiné tous les commentaires en faisant attention à leur forme et en classant les différents sujets et types d'argumentation dans des thèmes spécifiques. En effet, nous avons cherché dans le corpus 1) le vocabulaire concernant les gros et la grosseur, 2) les thèmes fréquents des commentaires et 3) les différents types d'argumentation (les manières de persuader, la rhétorique). En plus, des commentaires illustrant ces différents sujets et types d'argumentation ont été choisis pour les utiliser en tant qu'exemples. Notons aussi que les extraits des commentaires ne sont pas modifiés, donc les erreurs grammaticales (et/ou autres) faites par les internautes ne sont pas corrigées.

L'analyse de ces données se fondera sur le contexte théorique de cette étude (ch. 3). Pour l'analyse de la rhétorique des arguments, nous utiliserons spécifiquement la classification d'Arja Jokinen *et al.* (1999) (ch.3.3), mais pour l'analyse du lexique et des thèmes, nous utiliserons le contexte théorique dans son entièreté. Le corpus étant plutôt large, il n'est ni utile ni intéressant d'examiner tous les commentaires du corpus, c'est ainsi que nous avons choisi de relever les commentaires les plus adéquats (décrits au-dessus) pour cette étude. L'objectif est d'étudier les exemples sortis du corpus afin de répondre empiriquement aux questions de recherche.

3 Contexte théorique

Le contexte théorique de cette étude est bien multidisciplinaire, car ce sujet l'oblige. Par exemple d'après Pekka Pälli (2003 : 29), la linguistique relève finalement de la sociologie, car les questions de recherche de plusieurs sous-disciplines de la linguistique, comme l'analyse du discours ou l'analyse critique du discours, sont incontestablement sociologiques. Ce qui veut dire que le langage se construit dans un environnement social. L'étude de Pälli sur la polarisation (2003) se base sur l'analyse du discours, mais via une approche constructiviste sociale, ce qui veut dire que le langage construit le monde et ses phénomènes et influence la façon d'interpréter ce monde. Cette approche s'aligne avec l'idée de cette étude, car un des sujets qui nous intéresse est bien la représentation des gros. En citant Pälli (2003 : 13) : « Avec des choix linguistiques, les personnes sont liées à d'autres personnes, ils font partie d'un groupe ou d'une communauté et ils se séparent des autres.¹⁰ » Ce phénomène est également intéressant vis-à-vis de cette étude, car la dénomination et la catégorisation jouent un grand rôle dans la représentation et la polarisation des gros.

Dans ce chapitre, nous distinguerons les différentes théories séparément afin d'éviter la confusion des termes. La notion du pouvoir sera élaboré en premier (3.1) car le pouvoir dans le langage est partout présent (Fairclough, 1989). L'analyse critique du discours est expliquée en deuxième (ch. 3.2) car c'est la théorie de base comportant l'analyse du discours rhétorique (3.3) et les notions de polarisation (3.4), de représentation et d'identité (3.5) et de stéréotype (3.6) seront expliquées dans les sous-chapitres indépendants, car ils sont tous des phénomènes relevant du pouvoir dans le langage.

3.1 Le pouvoir

Dans cette partie, nous expliquerons ce qu'est le pouvoir dans le discours. Nous l'avons déjà mentionné dans l'introduction (ch. 1), mais ici nous l'examinerons d'une manière plus approfondie. Le pouvoir est une notion principale qui est liée à tout le contexte théorique de cette étude. En effet, le pouvoir du langage est dans toute pratique sociale, dans les types de discours et les positions discursives de pouvoir (Fairclough, 1989).

¹⁰ "Kielellisillä valinnoilla ihmisiä liitetään toisiin ihmisiin, asetutaan osaksi jotakin ryhmää tai yhteisöä ja erotaudutaan joistakin toisista." Notre traduction.

Selon Fairclough (1989), il y a plusieurs situations de discours où des relations de pouvoir sont exercées : le discours parlé « face à face », le discours interculturel où les participants sont de différents groupes ethniques et le discours médiatique où le pouvoir n'est pas évident, même caché. Il explique que « le pouvoir dans le discours est à voir avec les participants qui exercent leur pouvoir et qui contrôlent et restreignent les contributions des participants qui ne sont pas 'puissants' » (1989 : 46). Ces restrictions, selon Fairclough (1989), peuvent être liées au contenu, aux relations sociales ou aux sujets (la position des participants dans le discours) et ils peuvent se superposer.

Pour mieux comprendre ces notions, Fairclough (1989) donne l'exemple d'un étudiant de médecine qui doit passer un examen sur un contenu appris en tant que professionnel devant son audience et en tant qu'étudiant devant un docteur. Dans ce dernier cas, le docteur n'est pas le seul à avoir du pouvoir (participant puissant), mais il *choisit* le type de discours que l'étudiant devrait suivre en tant que participant subordonné. D'après Wrong (1979 : 3), toute interaction sociale est caractérisée par ceux qui pratiquent de l'influence et du contrôle sur l'autre. Wrong liste encore d'autres outils pour exercer le pouvoir sur quelqu'un, comme « le prestige, la persuasion, la manipulation, le sentiment d'obligation, l'habitude, le magnétisme personnel et érotique et aussi la peur des sanctions physiques ou économiques » (1979 : 23).

En outre, Pietikäinen & Mäntynen (2009) mentionnent aussi que le pouvoir dans le discours se trouve dans l'ordre de la construction des discours. Les discours ne seraient pas égaux entre eux, mais les contextes d'interaction et de communication (les cultures, les communautés) et ceux qui utilisent la langue auraient un ordre de discours spécifique. Elles expliquent que les discours qui offrent les représentations adoptées sur le monde et sur ses données, ses acteurs et ses actions sont ceux que l'on apprécie et considère comme allant de soi. Ainsi nées, les idéologies sont des perceptions sélectionnées et limitées du monde que les discours construisent. En même temps, ces idéologies construisent un système de pensée et guident les modes d'action. (2009 : 58–59.)

Ce qui lie le pouvoir à ce travail est le fait que, selon Fairclough (1989 : 33), l'éducation et les institutions au pouvoir enseignent et conditionnent les enfants à accepter le système de relation entre classes sociales (*class relations*), comme le montre l'exemple de Harjunen (2009) dans le chapitre 2.1 sur le renforcement de l'idée du corps chez les filles à l'école. Ce phénomène est à son tour lié au pouvoir idéologique qui est défini par Fairclough (1989 : 33) comme pouvoir de projeter des pratiques en tant qu'universels et logiques et ce pouvoir est exercé dans le discours. En effet, il y aurait deux façons pour ceux qui ont le pouvoir de

l'utiliser et de le garder : par la contrainte et par la concession. La concession la manière favorisée par l'idéologie car elle serait moins coûteuse et risquée.

Pour revenir au système de relation entre classes sociales, Fairclough (1989 : 34–35) écrit que les relations de pouvoir ne peuvent pas être réduites aux relations de classes, puisqu'il y a plusieurs types de relations ; entre les groupes sociaux institutionnels et entre les femmes et les hommes, les groupes ethniques, les vieux et les jeunes, qui ne font pas partie d'une institution particulière. En effet, il réfère aux relations de classes dans un sens plus large et au fait que les relations de pouvoir seraient toujours des relations de lutte (*struggle*). En outre, les luttes sociales seraient toujours entre des groupes différents (femmes – hommes, noirs – blancs, groupe dominant – groupe dominé) et tous les développements sociaux et tout exercice de pouvoir se trouveraient sous les conditions d'une lutte sociale. Ceci s'appliquerait également au langage qui est essentiel dans la lutte pour défendre ou perdre sa position de pouvoir.

D'ailleurs, comme Pynnönen (2013 : 16 ; Pietikäinen & Mäntynen, 2009 : 17) le dit aussi, le pouvoir est associé au langage lui-même car « le langage est socialement organisé et il a du pouvoir ». Effectivement, Anu Pynnönen (2013) montre que le pouvoir est partout dans les interactions humaines où l'on produit une réalité sociale. Dans cette étude, le concept de pouvoir est lié au prestige, c'est-à-dire à l'acceptation et à la valorisation de l'apparence dans le milieu social, mais il est également présent dans le discours, car « les représentations, les relations et les identités sont toujours comprises dans le texte » (Pynnönen, 2013 : 16).

Ainsi, il est possible de lier cet exercice du pouvoir dans les relations de classes sociales (au sens large) à la relation entre les gros et les minces, à savoir le sujet de notre étude. Effectivement, le groupe dominant étant celui des minces et le groupe dominé celui des gros, dans le débat sur *grossophobie* il s'agit justement de changer la position du pouvoir des minces qui dominent les gros via le discours (les représentations, les idéologies, les connotations, les préjugés, les stéréotypes, etc.). Dans ce travail, nous analyserons (entre autres) cette relation de pouvoir dans les commentaires des internautes.

3.2 L'analyse critique du discours

Dans ce mémoire, l'arrière-plan théorique est l'analyse critique du discours (ACD), principalement développée par Norman Fairclough (1995 & 2010), car elle examine et souligne les notions de pouvoir et d'idéologie dans le discours et elle définit les termes *texte*

et *discours*. L'analyse *critique* du discours est critique dans le sens où elle cherche à tenir compte des pratiques sociales et des usages de langage qui sont liés à la causalité et aux conséquences qui ne sont pas perçues habituellement (Fairclough, *et al.*, 1997 : 75). La dimension idéologique des pratiques sociales et les relations de pouvoir qui se trouvent derrière ces pratiques sont pratiquement invisibles pour les personnes qui ne participent pas à ces pratiques, et cette tendance entretient conséquemment les relations de pouvoir (*ibid.*). L'ACD examine deux aspects du langage : la langue en tant que production sociale et la langue en tant que facteur social, et spécifiquement, l'ACD analyse le lien, la tension, entre ces deux aspects (Fairclough *et al.*, 1997 : 76).

De plus, l'ACD fait partie d'une analyse transdisciplinaire de relations entre le discours et d'autres éléments du processus social, elle ne se concentre pas qu'aux discours en général mais aussi à l'analyse des textes, et elle est normative de façon à ce qu'elle s'intéresse aux maux sociaux dans leurs aspects discursifs et aux manières de les corriger ou de les atténuer (2010 : 10–11). Dans les études d'analyse de discours de Fairclough, le centre d'intérêt est souvent dans les discours politiques, mais comme les trois dimensions d'analyse de l'ACD sont le texte, la pratique discursive et la pratique socioculturelle (Fairclough, 1995 : 3), l'ACD peut être appliqué à d'autres types de discours, comme à celui de cette étude.

Premièrement, pour comprendre l'idée de l'ACD, il faut voir le système sémantique qui est une des trois *strates* du système linguistique. Les deux autres strates sont la *lexicogrammaire* et la *phonologie*. De plus, ces strates ont une relation *interstratique*, par exemple la sémantique est réalisée par la strate de la lexicogrammaire (Caffarel, 2006). En effet, le système sémantique contient quatre *métafonctions* : la *textuelle*, l'*interpersonnelle*, l'*expérientielle* et la *logique*, dont les deux derniers sont classées aussi sous le titre de l'*idéationnelle*¹¹. (Halliday, 1978). Dans l'image 1 ci-dessous, de Caffarel (2006), on peut voir la relation entre les strates et les métafonctions. Pynnönen (2013 : 5) explique aussi ces notions brièvement : la textuelle renvoie au langage en tant qu'outil de communication, l'interpersonnelle aux relations sociales et aux identités et l'idéationnelle aux représentations du monde autour. Dans cette étude, l'intérêt est dans ces métafonctions de la strate sémantique et de la strate de la lexicogrammaire, car le corpus est sous forme écrite.

¹¹ Les traductions des termes (en italique) par Caffarel (2006).

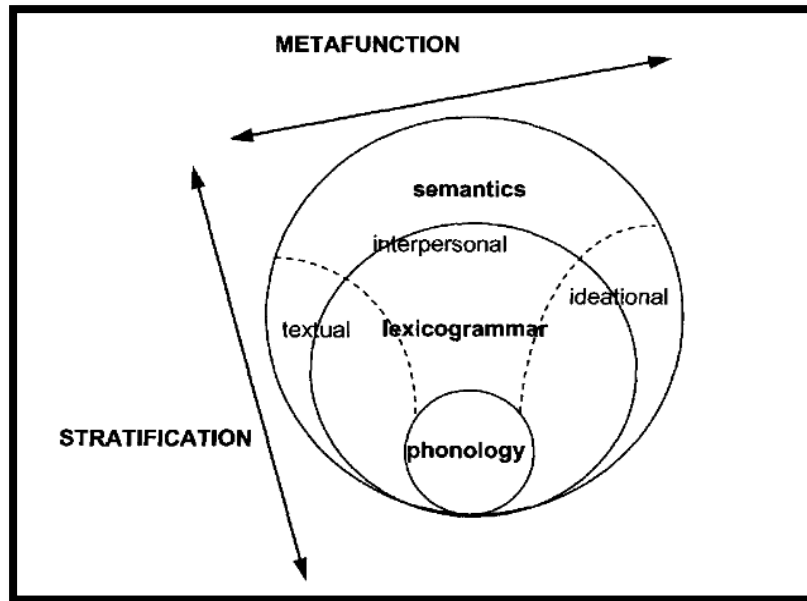


Figure 1 Les métafonctions et les strates.

Deuxièmement, il faut définir le terme *texte*. Selon Fairclough (1995 : 4) un texte relève traditionnellement de la langue écrite, mais dans un sens plus large, un texte peut être un discours écrit ou parlé. En outre, dans l'analyse culturelle, un texte pourrait être autre que linguistique, par exemple une photo, de la musique, etc. Il rajoute aussi, qu'actuellement, dans la société contemporaine, un texte anciennement vu que comme linguistique serait également de plus en plus évalué par ses propriétés visuelles (par exemple le graphisme de la page). De plus, les textes sont devenus multi-sémiotiques, car le langage (la sémiose primaire) est souvent mélangé avec d'autres formes sémiotiques dont Fairclough donne un exemple connu, la télévision, qui combine la langue, les images visuelles, la musique et les sons (1995 : 4). Halliday (1978 : 130–131) explique aussi que « le texte est le langage en opération ; et la métafonction textuelle manifeste les systèmes sémantiques par lesquels le texte est créé.¹² » En effet, le texte est un concept sémantique où la métafonction textuelle marque la signification *avec* les deux autres métafonctions (interpersonnelle et idéationnelle) (Halliday, 1978).

Troisièmement, pour le terme *discours*, celui-ci peut être compris de plusieurs manières. Selon Fairclough (2010 : 230), le discours a plusieurs sens. En premier lieu, il représenterait le sens général, le langage, et ainsi il *signifierait* le processus social. En deuxième lieu, le discours comprendrait le langage qui appartient à un domaine social spécifique, par exemple

¹² « Text is language in operation; and the textual component embodies the semantic systems by means of which text is created. » Notre traduction.

le discours politique. En dernier lieu, il développerait les différents aspects du monde qui peuvent être d'une perspective particulière et sociale, par exemple le discours néo-libéral de la globalisation. Dans le premier cas, Fairclough préfère utiliser le terme *sémiose* pour clarifier les sens (2010 : 230). En effet, Michael A. K. Halliday (1978 : 123) décrit que la *sémiose* sociale est justement l'interprétation du système social de signifiants qui transmet la *réalité* de la culture. Ainsi, le système sémantique du langage fait partie de la *sémiose* sociale.

Anu Pynnönen (2013) a résumé les différentes dimensions de l'analyse du discours ; les rapports, le contexte, le genre, l'intertextualité et l'interdiscursivité¹³ et l'intervention. Elle définit que via les rapports, les personnes perçoivent et représentent la réalité sociale, les idées, les croyances, les valeurs et autres perspectives subjectives. Les rapports maintiennent la culture et ils sont modifiés par les attentes et les présomptions. Pour le contexte, elle explique que c'est l'un des concepts principaux de l'analyse du discours. C'est une notion large qui contient plusieurs niveaux qui se chevauchent. Le contexte est une combinaison de la subjectivité de l'individuel et des perceptions de la société sur le phénomène en question. Elle dit aussi que le contexte est toujours limité par le·la chercheur·se de l'étude (d'analyse du discours), ce qui influence les choix, les résultats et les perceptions qui naissent de l'étude. (10–13).

Selon Pynnönen (2013), les genres sont les formes organisées de l'action discursive et sociale, et ainsi, font partie de la formation, de l'installation et de l'interprétation de la signification. Les genres peuvent être une manière de catégoriser les différents types de discours médiatiques et une manière de diriger le langage (selon les situations et les registres). D'après Fairclough (1995 : 135), le genre est « l'usage de langage associé à une activité sociale particulière¹⁴ ».

Dans cette étude, le corpus représente un genre normatif pour les discussions en ligne, où des internautes anonymes peuvent donner leur opinion à l'écrit concernant le sujet de la discussion. Ce genre de discours suit des critères prescrits graphiques et chronologiques sur la façon de communiquer (les commentaires avec pseudonymes, les réponses liées, etc.) et est plutôt libre dans l'expression (du langage parlé, des insultes, de l'orthographe non-normative, etc.). Effectivement, dans les discussions sur *YouTube*, le pouvoir se manifeste dans le fait que les commentaires les plus populaires ou répondus « sautent » au début de la discussion et ainsi, préservent le pouvoir de ces commentaires (car il y a un meilleur accès à ces commentaires).

¹³ « Interdiskursiivinen ». Notre traduction.

¹⁴ « Use of language associated with a particular social activity ». Notre traduction.

Puis, pour comprendre les termes d'intertextualité et d'interdiscursivité, Pynnönen (2013 ; voir Phillips & Hardy, 2002) explique que la signification des textes dépend de leur intertextualité, car ils ne sont pas compréhensibles seuls, mais en relation avec d'autres textes et leurs discours, le langage et ses ressources deviennent relatifs. L'intertextualité pourrait aussi marquer la polyphonie des voix discursives parce que les différentes sociétés et tous les individus ont leur propre voix qui se manifeste en tant que formes d'emprunts ou de références. Notamment, la présence ou l'absence de voix spécifiques seraient une manière d'évaluer le pouvoir du langage dans un texte.

Selon Pynnönen encore(2013), l'intertextualité comprend l'histoire et les significations et contextes sociaux, politiques et culturels des mots utilisés. Ainsi l'analyse du discours doit prendre en compte tous ces niveaux-là. Par contre, l'interdiscursivité est un terme pour désigner la relation entre les textes et les discours où les genres se mélangent (Fairclough, 1995). Pynnönen (2013 ; Pietikäinen & Mäntynen 2009) donne l'exemple d'un hybride interdiscursif qui veut dire un mélange de plusieurs genres à plusieurs niveaux. L'hybride serait souvent dû à un changement, comme une nouvelle situation sociale qui n'a pas de normes de discours fixes. La notion d'intertextualité est plus présente dans ce corpus que l'interdiscursivité, car le corpus contient plusieurs voix différentes (les internautes) qui peuvent venir de différentes sociétés ou milieux (ou de catégories de groupes).

En outre, les interventions sont des outils, selon l'étude de Pynnönen (2013), pour inspecter le côté caché, souvent moralement questionnable, des phénomènes dits acceptés. Par exemple, une intervention textuelle est de réécrire et de modifier pour comparer et évaluer les représentations et identités construites. Ce procédé peut démontrer le pouvoir que les discours ont sur les connaissances des relations humaines. D'ailleurs, elle explique que la reconstruction et la déconstruction sont des interventions typiques, dont la déconstruction cherche les mots et les expressions représentatifs et descriptifs et trouve leurs opposés (souvent utilisé dans l'étude féministe sur les textes dits patriarcaux) et la reconstruction utilise ces opposés dans la réécriture du texte. Ce sont des pratiques pour révéler, d'une façon systématique, les choses dites et non-dites et qui mettent en question les évidences. (Pynnönen, 2013). Voici un exemple d'intervention, provenant de notre corpus :

- (1) quand je vois un gros crasseux obèse pétomane avec 2 menus maxi McDo ça me fait de suite penser à la saleté. (Sun Wukong)
- (2) et quand tu vois une personne mince avec 2 menu maxis mcdo, ça ne te fait rien ? (Laura Mermoud)

Dans le premier commentaire, l'internaute insulte les gros et diffuse le stéréotype des gros basé sur leur hygiène de vie. En revanche, dans le deuxième commentaire, l'internaute a déconstruit le premier et l'a reconstruit en remplaçant le gros par un mince pour montrer l'inégalité entre ces deux catégories. Dans cette étude, l'intervention est un outil important dans le corpus pour défier le discours dominant sur les gros.

Pour conclure, la théorie de l'ACD aide à comprendre l'objectif de cette recherche, car comme le dit Pynnönen (2013 : 28) : « l'ACD examine comment le pouvoir social, son abus, sa dominance et son inégalité sont produits, renforcés et affrontés via le texte et le discours dans le contexte social¹⁵ ». En même temps, l'ACD démontre la façon dont les relations de pouvoir et la poursuite du pouvoir modifient les pratiques du discours, les événements et les textes (Pynnönen, 2013 : 29). Les notions d'idéologie, de pouvoir, de relations de pouvoir, de discours dominants et de voix étouffées sont aussi comprises dans l'analyse critique du discours (*ibid*). D'après Fairclough (1995 : 6) : « les textes sont des espaces sociaux où deux processus fondamentaux se passent en même temps : la cognition et la représentation du monde, et l'interaction sociale.¹⁶ » En d'autres termes, le langage, donc tous les textes, construisent simultanément des identités sociales, des relations sociales et des systèmes de croyance et de connaissance (Fairclough, *et al.*, 1997 : 76).

3.3 L'analyse du discours rhétorique

Ce chapitre explique la théorie de l'analyse du discours rhétorique selon Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (1999) qui est une autre priorité d'analyse dans l'analyse du discours (1999 : 126). Pour commencer, la rhétorique, d'après Jokinen *et al.*, est la manière de convaincre et d'engager le public avec un argument valide. En effet, dans l'argumentation rhétorique, l'idée est d'augmenter la crédibilité d'une assertion et en même temps, de diminuer la crédibilité des assertions contrariées à la première (Jokinen *et al.*, 1999). Ils rajoutent aussi que la relation avec le public est essentielle dans l'argumentation, car la prémisse et la direction de l'argumentation dépendent du public que l'on essaye de convaincre. À cet égard, cette analyse est nécessaire dans le contexte de cette étude, car les commentaires des internautes sont remplis d'arguments et d'outils rhétoriques. De plus, la

¹⁵ « Kriittinen diskurssianalyysi tarkastelee sitä, miten sosiaalista valtaa, sen väärinkäyttöä, dominointia ja epätasa-arvoisuutta synnytetään, pidetään yllä ja vastustetaan tekstin ja puheen avulla sosiaalisessa ja yhteiskunnallisessa kontekstissa. » Notre traduction.

¹⁶ « Texts are social spaces in which two fundamental social processes simultaneously occur : cognition and representation of the world, and social interaction. » Notre traduction.

persuasion est vue comme un outil de pouvoir (ch. 3.1, Wrong, 1979), donc il sera intéressant de voir comment le pouvoir se manifeste via l'argumentation du corpus.

D'ailleurs, afin de convaincre et d'engager le public, les arguments devraient partir des prémisses qui sont partagées et acceptées en général, par exemple les prémisses des notions de *conventions communes* « il faut se battre pour la liberté » ou « le meurtre est à condamner » (Jokinen *et al.*, 1999 : 46). Cependant, Jokinen *et al.* (1999 : 128 ; voir Billig 1991 : 87) rajoutent que l'argumentation ne se construit jamais seule, mais fait partie d'un contexte plus large, nommé *contexte argumentatif* ou contexte rhétorique. D'après eux, le contexte argumentatif est un contexte stratégique où l'on présente des assertions et où on persuade, critique, justifie, cache ou présente des choses (1999 : 128).

En outre, Jokinen *et al.* (1999) montrent que l'analyse rhétorique se concentre surtout sur la classification des outils rhétoriques. Ces outils sont les manières de persuader le destinataire (lecteur·rice, auditeur·rice) que l'argument est fiable ou soutenable pour s'y engager (1999 : 47) et ils se divisent en deux groupes de rhétorique : défensif ou offensif. La rhétorique défensive renforce la position afin de ne pas être attaqué et l'objectif de la rhétorique offensive est d'endommager le contre-argument (1999 : 130). Toutefois, selon Jokinen *et al.*, les rhétoriques défensive et offensive ne sont pas des opposées pures car elles sont souvent utilisées pour se compléter l'une l'autre. C'est-à-dire qu'un argument pourrait être construit de manière qu'il protège son contenu et en même temps, attaque son opposition.

Effectivement, l'analyse des outils rhétoriques pourrait également aider à comprendre la façon dont les faits sont construits, dont les identités sont produites et dont la catégorisation est construite, renforcée ou mise en question. Aussi, Jokinen *et al.* constatent que l'argumentation rhétorique est liée à la construction et à la démolition des discours et donc, l'analyse de ce champ peut montrer le cheminement derrière la normalisation et la justification des choses ou d'évènements et en revanche, le processus qui rend les choses anormales ou indésirables. C'est-à-dire, que l'analyse rhétorique est aussi liée à l'analyse des relations de pouvoir (ch. 3.1). (1999 : 156–157.)

Pour ce qui est des outils rhétoriques, Jokinen *et al.* (1999) donnent trois groupes d'outils différents : *le groupe d'outils qui accordent de l'importance à la crédibilité de l'argumentateur*, *le groupe où les outils aident à rendre l'argument crédible* et *le groupe d'outils qui ne rentrent pas dans les deux premiers groupes* (aussi dans Tableau 5, ch. 4.2.2).

Dans le premier groupe¹⁷, les outils sont (a) s'éloigner de ses propres intérêts (*etäännyttäminen omista intresseistä*), (b) la justification par catégorie d'argumentateur (*puhujakategorioilla oikeuttaminen*), (c) le réglage du niveau d'alliance (*liittoutumisasteen säätely*) et (d) la consolidation par un consensus ou l'énoncé d'un professionnel (*konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen*).

L'outil (a) veut dire que l'argumentateur donne un argument qui est contre ses propres intérêts ou qu'il a confronté les faits et les a admis, contrairement, à son avantage. C'est un outil efficace car il évoque la sincérité et l'objectivité, il est difficile de convaincre le public, si le public pense que l'argumentateur a un intérêt personnel. En revanche, Jokinen *et al.* expliquent que, parfois, il peut être mieux de montrer ses intérêts pour persuader le public. Effectivement, une argumentation qui se base sur sa propre expérience est difficile à endommager car nul n'a accès à l'expérience d'autrui. (1999 : 133–135.)

Dans l'outil (b), la catégorie d'argumentateur fait référence à l'autorité dont l'argumentateur parle ou sur laquelle il écrit car certaines catégories, comme le disent Jokinen *et al.*, (1999 : 135) obtiennent le droit à un certain type d'information ou de connaissance. Par exemple, un discours qui vient d'une catégorie plus prestigieuse (comme un docteur ou un professeur) peut être conçu comme plus fiable qu'un discours venu d'une catégorie inférieure (comme une personne non-diplômée) peu importe le contenu du discours. Néanmoins, Jokinen *et al.* (1999 : 135) précisent que les catégories et leur prestige dépendent de la culture et de la situation et que souvent les catégories se chevauchent car une personne peut s'identifier à plusieurs catégories (étudiante, mère, finlandaise, femme, etc.). En même temps, la classification dans une certaine catégorie pourrait exiger une apparence ou un comportement caractéristique à la catégorie.

L'outil (c), *le réglage du niveau d'alliance*, comprend l'alliance entre l'argument et l'argumentateur. Pour invoquer de la neutralité et enlever la responsabilité, l'argument n'est pas dit sous son propre nom, mais l'argumentateur fonctionne plutôt comme un intermédiaire de l'argument (un argument général ou dit par une autre personne). Ceci est très fréquent chez, par exemple, les rédacteurs d'information ou les intervieweurs. (Jokinen *et al.*, 1999 : 136–138.)

Quant à l'outil (d), la consolidation par un consensus veut dire que l'argument est confirmé par d'autres, par exemple l'utilisation de la rhétorique *nous* (ou *on*) donne l'image que l'argumentateur n'est pas seul derrière l'argument, mais que l'assertion est faite par un

¹⁷ Notre traduction des outils rhétoriques de Jokinen *et al.* (1999).

groupe plus large. En plus, les normes ou les points de vue culturels ou sociaux font aussi appel à un consensus car ils sont souvent conçus comme des évidences par une majorité, par exemple les arguments commençant avec « tout le monde le sait... » ou « même un enfant le sait... ». En outre, la consolidation par un énoncé d'un professionnel peut être marquée par exemple par des citations directes d'un spécialiste ou par les résultats d'une recherche pour montrer un autre avis d'un milieu prestigieux. (Jokinen *et al.*, 1999 : 138–139.)

Passons au deuxième groupe¹⁸ dont les outils concernent la crédibilité des arguments mêmes et non celui qui argumente : (e) « les faits parlent pour eux-mêmes » (*'tosiasiat puhuvat puolestaan'*), (f) l'usage des catégories de groupes pour persuader (*kategorioiden käyttö vakuuttamisen keinona*), (g) l'usage des détails et de la narration pour persuader (*yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen*), (h) la quantification numérique et non-numérique (*numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen*), (i) l'usage des métaphores (*metaforien käyttö*) et (j) l'usage des mots ou expressions adverbiales qui indiquent le degré d'intensité (*ääri-ilmaisujen käyttäminen*).

En ce qui concerne l'outil (e), « *les faits parlent pour eux-mêmes* » entend l'argumentation factuelle où l'assertion est présentée en tant qu'indépendante de l'argumentateur ou des interprétations. Cet outil est justement utilisé dans le discours scientifique ; le chercheur met en avant le matériel de recherche qui, à sa place, devient le sujet qui démontre et produit les résultats. En plus d'objectiver et de laisser le sujet implicite, il est possible d'utiliser le passif afin de cacher le sujet actif de la phrase. (Jokinen *et al.*, 1999 : 140–144.)

L'outil (f), *l'usage des catégories de groupes pour persuader*, utilise les connotations, les préjugés et les stéréotypes qu'évoque la catégorisation. D'après Amossy & Herschberg (1997 : 45), le stéréotype est justement un instrument de catégorisation car il « permet de distinguer commodément un 'nous' d'un 'ils' ». De plus, selon Jokinen *et al.* (1999 : 141–142) quand les choses ou les événements sont catégorisés, ils servent à réaliser différentes fonctions, comme la justification ou la critique. Par exemple dans la critique de la catégorie d'activiste des droits des animaux, ils pourraient être nommés *écoterroriste* (actions illégales, souffrance à des tierces personnes), mais dans les discours justifiant ou défendant leurs actions, ils pourraient être nommés *protecteurs des animaux* (responsabilité et bienveillance). En plus, préciser ou diviser les catégories en parties différentes peut être utile dans différentes situations. Jokinen *et al.* donnent également comme exemple une vedette finlandaise, Linda

¹⁸ Notre traduction des outils rhétoriques par Jokinen *et al.* (1999).

Lampenius, qui a dit dans un magazine féminin (*Me Naiset*, 26/1999 : 14) qu'elle « admet d'être coquine, mais d'une façon innocente et non grossière »¹⁹ (1999 : 143). Dans ce cas, le fait d'être coquine a été divisé en deux catégories : innocente et grossière, et en le faisant, Linda a pu se protéger des connotations négatives et de la critique possible que le fait d'être coquine peut évoquer chez le lecteur.

L'outil (g), d'après Jokinen *et al.* (1999 : 144–145), utilise des détails et de la narration pour convaincre car les descriptions détaillées peuvent rendre les événements plus authentiques et réels pour le public. Cet argument est fréquent dans le cinéma, la littérature et aussi dans les situations quotidiennes. Cependant, trop de détails (qui ne tiennent pas une inspection plus profonde) peut détruire la crédibilité de l'argument. C'est-à-dire que l'argumentation est un processus vivant qui dépend aussi du public. Sinon, une ressource culturelle pour élever le niveau général est d'utiliser des expressions idiomatiques (par exemple des proverbes) : « il faut être deux pour danser le tango » ou « je suis entre l'arbre et l'écorce »²⁰ (Jokinen *et al.*, 1999 : 145). Ces types d'arguments sont difficiles à rejeter et peuvent dérouter du véritable argument et de ses faiblesses.

Pour l'outil (h), la quantification numérique veut dire l'usage des chiffres, pourcentages, chartes, etc. En effet, Jokinen *et al.* précisent que la présentation des choses sous une forme numérique donne l'impression que la chose est claire, quantifiable et simple quand en réalité la quantification numérique est toujours relationnelle dépendant de l'aspect de la recherche (1999 : 146). De plus, la quantification non-numérique est exprimée par le lexique, par exemple *petit*, *grand*, *plus petit*, *marginale* ou *énorme*. Dans l'argumentation, il peut parfois être plus efficace d'utiliser un vocabulaire quantitatif au lieu de chiffres, par exemple il peut être plus efficace de dire que quelque chose est extrêmement petit que de le dire en chiffres. De plus, les mots et les expressions quantitatifs comme *nul/le*, *personne*, *tout le monde* ou *chacun* sont très efficaces, par exemple dans un contexte où l'on parle d'un traitement médical qui a réussi car *tout le monde* est guéri ou que *personne* ne l'a abandonné, les résultats sont convaincants. Cependant, le non-dit pourrait être qu'il n'y a que trois personnes pour essayer le traitement et cela rendrait les résultats moins attirants. À vrai dire, la quantification sert plusieurs fonctions comme la justification, l'accusation ou l'approbation. (Jokinen *et al.* 1999 : 145–148.)

¹⁹ ”Myönnän olevani flirtti, mutta se on sellaista tyttömaistä flirttailua eikä mitään vamppimeininkiä”. Notre traduction.

²⁰ ”Tangoon tarvitaan kaksi” et ”olin puun ja kuoren välissä” (Jokinen *et al.*, 1999 : 145). Traduction dans : proverbes-francais.fr (www5).

L'usage des métaphores, l'outil (i), selon Jokinen *et al.*, veut dire que les métaphores sont une manière de décrire une chose sans utiliser sa signification propre, une description sans le mot *comme*. Elles seraient aussi une façon de comprendre une nouvelle chose en reliant des attributs d'une chose déjà connue ou une façon de révéler de nouveaux côtés d'une chose antérieurement familière. Effectivement, les métaphores sont inhérentes au langage et le pouvoir des métaphores, bien utilisé, peut créer des connotations voulues, sans argumentations complexes. (1999 : 148–150.)

Le dernier outil de ce groupe, le (j), inclut les mots ou les expressions qui indiquent le degré d'intensité (donc des adverbes de temps, de lieu, de manière et adjectifs employés comme adverbes [Riegel *et al.*, 2009 : 659]), comme *tout le temps, jamais, toujours, complètement, parfaitement, toute la journée, rien*, etc. Ces mots soulignent (maximisent ou minimisent) les aspects que l'on veut attribuer à l'objectif, par exemple : « Il a *complètement* perdu le contrôle ». Dans ce cas, il est clair que la personne a perdu le contrôle, il n'y a pas de doute. En même temps, l'utilisation de ces mots ou expressions peut avoir un effet contraire, car l'argument peut être exagéré et donc à la fin, irrite le public à la place de le convaincre. (Jokinen *et al.* 1999 : 150–152.)

Enfin, le troisième et l'ultime groupe des outils rhétorique de Jokinen *et al.* contient (k) la liste de trois exemples (*kolmen lista*), (l) le contraste (*kontrasti*), (m) la répétition (*toisto*), (n) se protéger d'un contre-argument possible (*mahdolliselta vasta-argumentilta suojaautuminen*) et (o) l'ironie (*ironia*), ce dernier étant un outil surtout utilisé dans l'argumentation offensive.

Les titres de ces outils sont plutôt explicites, mais pour un peu élaborer les outils, selon Jokinen *et al.* (1999), l'outil (k) soutient l'argument en donnant plusieurs exemples, souvent trois, accompagnés de *par exemple* ou à la fin par *etc.* pour que la liste paraisse plus longue. L'outil (l) utilise des contrastes pour persuader, c'est-à-dire que le contraste préféré contient de bonnes connotations et le contraste opposé de mauvaises connotations. En plus, l'usage des comparaisons peut rendre un argument plus facile à comprendre. Pour l'outil (m), Jokinen *et al.* (1999) expliquent que la répétition est très utilisée dans la publicité, mais dans l'argumentation, la répétition peut être un argument d'une autre personne qui est utilisé dans son propre argument pour contextualiser. (152–154.)

L'outil (n) est très utilisé car, d'après Jokinen *et al.* (1999), en protégeant l'argument d'un contre-argument supposé à l'avance, on dénie à l'opposition la possibilité d'utiliser ce contre-argument. En même temps, cet outil peut aussi être utilisé pour s'allier au public avant de dire un argument « risqué ». Enfin, l'outil (o) fait partie d'une argumentation offensive où

l'usage de l'ironie sert à nuire à l'argumentation de l'opposition en la rendant ridicule ou déformée, donc non-sérieuse. (154–156.)

Ces trois groupes d'outils rhétoriques seront analysés individuellement dans l'analyse du corpus, au chapitre 4.2.2, avec des exemples tirés du corpus démontrant la pratique de ces outils par les internautes.

3.4 La polarisation *nous – ils*

Ce chapitre se concentre sur la brève définition de la notion de groupe qui, d'après Pälli (2003 : 34), existe grâce aux critères comme les normes et les objectifs communs, la sensation de solidarité, la taille suffisante (plus de deux), l'existence d'une composition collective ou l'interaction entre membre du groupe. De plus, ces critères incluent les raisons pour lesquelles les individus forment des groupes est qu'ils discernent une appartenance au groupe (l'identité sociale), qui est donc le critère cognitif du groupe (*ibid.*). En parlant des groupes, Pälli explique qu'il ne s'agit pas que de petits groupes, mais aussi des classes sociales et des catégories comme les nations, les peuples, etc. (2003 : 35). En fait, il rajoute que, dans la perspective discursive, le groupe appartient aussi au monde du langage, ce qui veut dire que le groupe est un acte *et* une action linguistique. Autrement dit, le groupe et ses caractères sont construits linguistiquement. (*ibid.*)

De surcroît, Pälli souligne la théorie de l'identité sociale car l'identité sociale fait partie de la conception de soi de l'individu qui est originaire de la conscience du groupe de l'individu, c'est-à-dire, pour l'individu, savoir qu'il est membre d'un groupe est important au niveau du prestige et de l'émotion (2003 : 38). Il y a également trois notions essentielles dans la théorie de l'identité sociale : la catégorisation, l'identification et la comparaison (sociale) (*ibid.*). La catégorisation entend en soi le processus de compréhension des choses, les phénomènes, les personnes, etc. à travers d'autres choses similaires ou opposées (autrement dit, la perception d'appartenir à un groupe segmente le milieu social au groupe propre et aux autres) ; l'identification veut dire qu'un individu s'identifie aux groupes auquel il pense appartenir et ainsi forme son être social ; et la comparaison sociale signifie que l'individu cherche à se voir positivement donc essaye de s'identifier aux traits positifs du groupe auquel il appartient. C'est la raison pour laquelle les groupes qui ont du prestige, du pouvoir, sont convoités. (Pälli, 2003 : 38). Selon Pälli, les textes contiennent toujours une catégorisation des

personnes et concernant la dénomination des groupes de personnes, la catégorisation est constamment présente quand on parle des personnes (2003 : 142).

Ce qui joue également dans la notion de la polarisation entre *nous* et *ils* est le stéréotype (Amossy & Herschberg Pierrot, 1997 ; voir aussi ch. 3.63.6). En effet, les représentations collectives et figées construisent « la cohésion du groupe et la consolidation de son unité » et donc, une personne manifeste son identification à un groupe, une catégorie, en adoptant les modèles du groupe (*ibid.* 1997 : 43). D'après Amossy et Herschberg Pierrot (1997 : 44), le stéréotype est nécessaire dans la formation de l'identité sociale d'un individu. En outre, chaque individu possède plusieurs identités sociales dépendant des appartenances aux différents catégories (par exemple une personne peut faire partie d'une classe sociale, d'une ethnie majoritaire ou minoritaire, d'un sexe, etc. en même temps) (*ibid.*). Le stéréotype est un instrument de catégorisation qui aide à distinguer un *nous* d'un *ils* et « il apparaît en effet que si nous avons tendance à accentuer les similitudes entre membres d'un même groupe (*l'endogroupe*, en anglais *ingroup*), c'est souvent pour nous valoriser au détriment des autres, de *l'exogroupe* (en anglais *outgroup*) » (Amossy & Herschberg Pierrot, 1997 : 45).

D'après Harjunen (2009), l'exogroupe qui se base sur le corps se compose de tous ceux qui sont stigmatisés à cause d'une « déviance » du corps : les handicapés, les personnes de couleurs, les femmes, les homosexuels et les gros. Elle cite également Iris Marion Young (1990) qui dit que ceux qui sont définis en tant qu'*Autres* sur la base de leur corps sont objectivés et l'identité de l'objet est attachée au corps. Donc, le groupe qui est étiqueté comme différent et *Autre* est emprisonné dans son corps qui est représenté comme laid, sale, contaminé, impur ou pathologique (2009 : 247). Selon Harjunen, le corps gros est vu comme un miroir du monde intérieur de la personne et il est réduit en une déviation négative de la norme. Le corps déviant de la norme affaiblit donc les compétences psychologique, émotionnelle, intellectuelle et morale de la personne (ainsi perçu par la société). (2009 : 247.) De plus, une personne grosse est souvent définie seulement en tant que corps gros sans sexe ou sexualité (Harjunen, 2009 : voir également Puhl & Brownell, 2003 : 54).

Effectivement, la notion de polarisation entre *nous* et *ils* est bien présente dans le discours sur les gros, car selon ce qui précède, les gros sont souvent perçus comme faisant partie du groupe inférieur, de l'exogroupe. Selon Harjunen (2009 : 50), l'identité du groupe des gros est définie par un stigma, car les gros sont vus comme les *Autres* stigmatisés. Elle ajoute que les personnes qui appartiennent (visiblement) à ce groupe n'ont souvent pas de volonté d'y appartenir, de s'y identifier et même le dénoncent. Notamment, être gros en tant qu'identité sociale est rejeté dû à l'idée que la grosseur est un problème autoproduit, à la haine

et la honte de la grosseur et à la perception que c'est un état temporaire, idées qui proviennent tous du discours courant sur les gros (Harjunen, 2009 : 50). Par conséquent, le concept de polarisation est essentiel pour cette recherche.

3.5 La représentation et l'identité

Comme expliqué dans le chapitre 3.1, d'après Halliday (1978) et Pynnönen (2013), une des métafonctions du système sémantique est la fonction *idéationnelle*, représentationnelle du langage. Notamment, Pynnönen rajoute que le langage représente le monde par la dénomination et la hiérarchisation des phénomènes et des personnes et également par le fait de les relever ou de les rabaisser (2013 : 18). Sari Pietikäinen et Anne Mäntynen (2009) ont examiné le lien entre les discours et la représentation. Elles expriment que la force descriptive et représentationnelle des discours vient justement de leur capacité de décrire et de présenter les événements et les gens du monde en tant que « vrais » (2009 : 53).

Elles ajoutent que la *représentation* est créée au point d'intersection où l'on rassemble les discours, la manière de connaître et de savoir, avec les acteurs et la situation qui sont liés au langage spécifique à l'histoire et à la société. Cette intersection est multimodale et contient du pouvoir social et ce pouvoir social influence le statut des gens car il dicte qui représente qui et dans quel contexte et ce que l'on rend visible ou non-visible. (Pietikäinen & Mäntynen, 2009 : 56.) En d'autres termes, la représentation est le résultat des discours qui utilisent un langage spécifique dépendant du contexte historique et social. En outre, par leur signification et dans leur contexte, les représentations sont liées aux représentations antérieures (Pietikäinen & Mäntynen, 2009 : 57). Wagner aussi (2011 : 1–2, voir Moscovici, 2000) commente que les représentations sociales apparaissent, se transforment et se développent dans les discours sociaux (*societal discourse*).

Pour revenir au contexte de cette étude, Samantha Murray (2008 : 98, voir aussi Sedgwick, 1993) explique qu'il y a un *contrat représentationnel* pour la femme *grosse* et que renégocier ce contrat en modifiant le nom (la représentation) pourrait avoir un effet politique important. Elle cite encore Eve Sedgwick (1993 : 230) qui dit que « *coming out as fat* » donc « se déclarer gros » est une façon de réclamer le pouvoir d'insister sur et de participer à la renégociation du contrat représentationnel entre son corps et son monde, car la représentation c'est simplement nommer ce qui existe.

De plus, selon Pietikäinen et Mäntynen (2009), les ressources sémiotiques, comme les éléments culturels et visuels, sont souvent utilisées dans les représentations. Ces discours visuels sont construits en choisissant et en arrangeant les éléments sémiotiques de façon à ce qu'ils produisent une certaine image des événements, phénomènes ou gens. Voici un exemple tiré du corpus d'une représentation visuelle :

- (3) Il est évident que je me sens mal pour quelqu'un qui nous raconte sa souffrance, mais il est tout aussi évident que si j'ai le choix entre une séduire une jolie fille, fine et intelligence, bien élevée et pleine d'humour, et sa copine moche et bête, dégueu et malaisante... Je vais choisir la première. (El Patito Feo)

Cet exemple montre, selon l'internaute, une représentation visuelle, mais stéréotypée, car il décrit deux filles différentes en associant des caractéristiques positives à l'une et négatives à l'autre. Ces descriptions forment une image de ces deux filles (imaginaires) et les caractérisent dans deux groupes différents, favorable et défavorable.

Tout comme la représentation, l'*identité* est aussi construite dans le langage (Pietikäinen & Mäntynen, 2009). Les identités des individus et des groupes sont présentées dans le langage et les autres systèmes sémiotiques et comme les représentations, les identités ne sont pas des « faits » inchangeables, mais se construisent de tout ce qui nous entoure, des médias, des livres et des discussions. (2009 : 63.) Elles ajoutent également que les discours ont un rôle important dans la construction des identités (comme pour les représentations), car même si l'identité est un aspect subjectif, elle se forme dans les cadres sociaux dont les discours font partie (2009 : 64). En effet, Pietikäinen et Mäntynen disent que l'identité a plusieurs dimensions et se construit de plusieurs façons par différents contextes et discours. De plus, la relation entre le langage et l'identité est très importante car la langue interprète, soutient, décrit et négocie l'identité et peut également la mettre en question (2009 : 64). La représentation et l'identité sont le côté social du discours, à vrai dire la signification et l'influence sociale du discours (Pietikäinen & Mäntynen, 2009 : 66).

Ce qui intéresse les chercheurs d'analyse du discours sont les identités qui se construisent dans les cassures et les regroupements des représentations où les représentations solides et prises pour acquises sont mises en question. En effet, il y a une opposition entre les discours et images au pouvoir et les discours et images opposés. Ceux au pouvoir essayent de maintenir leur position et étouffer les autres voix et ceux en opposition essayent de gagner du terrain et de mettre en question les perceptions courantes des choses. (Pietikäinen & Mäntynen, 2009 : 62, 65.) Justement dans le discours sur la grossophobie, les représentations en pouvoir concernant les gros sont mises en question et critiquées et les identités sont

négociées. Dans cette étude, les représentations et les identités seront examinées dans les deux parties de l'analyse : le vocabulaire et l'argumentation.

3.6 Le stéréotype

Ce chapitre consiste à examiner le terme *stéréotype* car au sein de ce travail, ce phénomène est important à comprendre. Dans *Le Petit Robert* (www2), la définition de *stéréotype* est : « opinion toute faite, réduisant les singularités » et ses synonymes sont *cliché* et *lieu commun*. En effet, dans cette étude nous nous appuyons sur le côté négatif du stéréotype, mais évidemment il existe un côté positif : le stéréotype fonctionne également en tant qu'élément qui construit le soi et l'Autre, il est « un facteur de cohésion sociale » (Amossy & Herschberg Pierrot, 1997 : 43). De plus, Ruth Amossy et Anne Herschberg Pierrot (1997 : 28) spécifient que la cognition humaine a besoin de stéréotypes, car ils schématisent et catégorisent le monde, même si c'est parfois en le simplifiant ou en le généralisant de trop. Notamment, elles rajoutent que « nous avons besoin de rapporter ce que nous voyons à des modèles préexistants pour pouvoir comprendre le monde, faire des prévisions et régler nos conduites » (1997 : 28). Pourtant, Amossy et Herschberg Pierrot expliquent que dans les sciences du langage, le terme signifie « une représentation simplifiée associée à un mot » (*ibid.*) et il peut être vu dans le sens péjoratif ou neutre, mais qu'en langue parlée le stéréotype désigne « une image collective figée considérée sous l'angle de la péjoration » (1997, 28–29).

Effectivement, Amossy et Herschberg Pierrot mentionnent que l'image qui naît d'une autre personne ou d'une chose provient de la catégorie où on l'associe (1997 : 32). Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre 3.3, les catégories exigent souvent une apparence ou un comportement spécifique à la catégorie (Jokinen *et al.*, 1999), ce qui maintient l'idée des catégories qui suscitent des stéréotypes. D'ailleurs, Amossy et Herschberg Pierrot (1997) indiquent que l'identité sociale et l'interaction entre individus dans une catégorie se basent énormément sur les représentations collectives qui résument chaque catégorie.

Dans le domaine du stéréotype, la notion de *préjugé* est essentielle, car elle est souvent liée à la signification du stéréotype. Ainsi, Amossy et Herschberg Pierrot distinguent ces deux termes : le stéréotype est une croyance ou une opinion d'un groupe ou d'un individu et le préjugé est l'attitude (négative) envers un groupe ou un individu (1997 : 34). Elles rappellent également la définition de l'attitude qui est la position adoptée par une personne ou un groupe envers quelqu'un ou quelque chose et que la position se manifeste de différentes manières

dans le comportement et chez la personne ou le groupe (1997 : 35). Effectivement, Amossy et Herschberg Pierrot (1997 : 35) mentionnent un ensemble de trois composantes : cognitive (le stéréotype), affective (le préjugé) et comportementale (la discrimination, c'est-à-dire le « fait de défavoriser quelqu'un sur la base de son appartenance à une catégorie sans rapport avec ses capacités et ses mérites individuels »). Elles soulignent notamment que ces trois composantes ne se trouvent pas toujours ensemble, par exemple avoir des préjugés ne comporte pas toujours une discrimination. Tout de même, elles expliquent que ces composantes ont un lien vigoureux bien que ce soit complexe.

Néanmoins, Pena Pena *et al.* notent que le contact positif entre les membres de groupes différents peut favoriser une bonne relation intergroupe (2015 : 238 ; voir aussi Allport, 1954). Selon Allport (1954, citées par Pena Pena *et al.*, *ibid.*), les quatre conditions qui favorisent la diminution des préjugés entre différents groupes sont les statuts hiérarchiques équivalents, les buts communs, l'absence de compétition et l'appui des autorités pour instituer les normes. Ainsi, connaître une personne d'un autre groupe atténue l'attitude négative qu'un individu peut porter. En outre, Pena Pena *et al.* citent Pettigrew (1998) par qui : « la situation de contact permettrait donc d'apprendre à mieux connaître l'exogroupe, de changer les comportements de l'endogroupe et de créer des rapports affectifs entre les deux groupes » (2015 : 239).

Au sujet de la question de la représentation de la réalité dans les stéréotypes, Amossy et Herschberg Pierrot constatent que les stéréotypes ne sont pas en dehors de la subjectivité. En effet, des constructions imaginaires peuvent comporter des stéréotypes sans avoir un lien à la réalité (exemple, un peuple du Guatemala, n'ayant jamais vu de Juifs, pensent qu'ils sont le diable car les Juifs ont tué Jésus) (1997 : 36). De plus, les médias, la presse et la littérature de masse exploitent ces constructions qui renforcent ces « réalités » chez le public. Amossy et Herschberg établissent que le stéréotype est le résultat d'un apprentissage social soutenu par la télévision et la publicité (entre autres) dans le quotidien (1997 : 37).

Ce qui est intéressant dans la notion de stéréotype, c'est qu'il peut modeler la perception sélective d'un individu à répondre aux croyances et aux images préconçues (Amossy & Herschberg, 1997 : 38). En outre, le statut ou le rôle social d'un groupe est à la base de la construction des stéréotypes car « cette infériorité sociale est interprétée comme une caractéristique inhérente au groupe dans le stéréotype [du groupe] » (*ibid.*). En effet, Amossy et Herschberg (1997 : 39) notent que l'efficacité des stéréotypes mène à un cercle vicieux où à la fin, les stigmatisés se conforment à l'image négative donnée par leur environnement

hostile. Pour éviter cela, elles disent que les stéréotypes ne devraient pas être vus comme vrais ou faux, mais utiles ou nocifs.

Lié au stéréotype est également la notion du *topos* qui suggère une croyance communément admise comme relevant de la vérité, d'un fait, par un groupe donné. Les *topoi* ont donc une valeur générale (Amossy & Herschberg Pierrot, 1997 : 97). Amossy et Herschberg (1997) expriment également que les *topoi* sont graduels, dont les *formes topiques* en sont la preuve. Il existe donc deux échelles, par exemple celle de la chaleur et de l'agrément où il y a un *topos* concordant (« Plus il fait chaud, plus la baignade est agréable ») ou discordant (« Plus il fait chaud, moins on est bien »). La forme topique du premier est alors + P, + Q et du deuxième + P, - Q (1997 : 97). Elles expliquent que les *topoi* varient selon les cultures et les formes topiques dépendent des situations. Comme exemple, elles donnent qu'au Sud, après une constatation « il fait chaud » on trouverait plutôt « restons à la maison » que « allons à la plage ». Dans cette étude un *topos* apparaît quand un internaute dit par exemple :

(4) être gros ce n'est pas bon pour la santé et c'est surtout le résultat d'une vie dérégulée.
(Maxime E)

Donc, dans cet extrait, la forme topique est « être gros, avoir une vie dérégulée ». Dans les *topos*, il faut aussi distinguer les *topoi intrinsèques* et *extrinsèques* (Amossy & Herschberg Pierrot, 1997). Selon Amossy et Herschberg Pierrot, les *topoi intrinsèques* prennent leur signification d'une seule unité lexicale par exemple « Pierre est riche : il peut s'acheter n'importe quoi », où la seconde assertion explique ce qui est déjà compris dans le mot *riche*.

Ensuite, elles expliquent que les *topoi extrinsèques* sont des *topoi* ajoutés qui puisent leur signification dans le « réservoir idéologique que possède toute langue à une époque donnée » (1997 : 98). D'ailleurs, elles rajoutent que les *topoi extrinsèques* renvoient à la *doxa* qui est selon *Le Petit Robert* encyclopédique, un « ensemble des opinions communément admises dans une société donnée » (www2), et donc les croyances que les *topoi extrinsèques* suscitent viennent d'un principe extérieur qui n'est pas déductible du mot seul (1997 : 98). Un exemple de *topos extrinsèque* : « Pierre est riche : il ne l'aidera pas » qui vient de l'idée courante que les riches sont avares (*ibid.*) et non des caractéristiques du mot *riche*. En effet, Amossy et Herschberg Pierrot précisent que les *topoi extrinsèques* sont nés des proverbes, slogans, idées reçues, lieux communs, etc. et mènent à la construction de représentations idéologiques (1997 : 99). Dans le contexte de cette étude, la catégorie des gros portent ces

deux topoï, car le mot *gros* porte des significations qui viennent du mot même, mais également de la doxa liée au mot.

Pour conclure ce chapitre, le stéréotype est une notion clé dans la représentation et la perception d'un individu ou d'un groupe. Qu'il soit favorable ou défavorable, le stéréotype aide à catégoriser le monde ce qui contribue à sa perception (subjective). Toutes les notions liées au stéréotype (préjugé, idée reçue, topoï, doxa, etc.) aident à comprendre le phénomène et à déconstruire également les valeurs (spécialement péjoratives) du stéréotype. Dans cette étude, nous analyserons les stéréotypes (et ses sous-termes) concernant les gros et leurs effets sur l'opinion des internautes du corpus. Les stéréotypes seront analysés principalement à travers les thèmes des arguments dans le chapitre 4.2.1.

4 Analyse

Dans ce chapitre, nous analyserons les données du corpus. Comme mentionné dans le chapitre 2.2, l'analyse est basée sur le contexte théorique. L'analyse sera répartie en deux sections correspondant chacune à une question de recherche. Premièrement, seront analysés les mots et les insultes signifiant ou paraphrasant les gros ou la grosseur. Les mots se trouvent dans le tableau 2 où le nombre d'occurrences de ces mots est aussi indiqué et les insultes sont présentées dans le tableau 3 avec les chiffres correspondants.

Deuxièmement, nous avons créé deux groupes de classement des commentaires des internautes : 1) par thème et 2) par outil d'argument. Dans les tableaux 4 et 5 sont présentés les exemples de commentaires de chaque catégorie de thème et d'outils d'argumentation afin de clarifier la classification. Dans le tableau 4, on peut voir les thèmes les plus fréquents trouvés dans le corpus et ils sont numérotés avec des lettres en majuscule pour les différencier des outils d'argumentation (tableau 5) qui, à leur tour, sont numérotés avec des lettres en minuscule.

Notons que tous les exemples donnés sont tirés du corpus sans modifications pour garantir la validité et les droits d'auteurs, donc les possibles erreurs de grammaire sont faites par les internautes eux-mêmes.

4.1 La classification lexicale

Dans cette partie d'analyse, nous analyserons la représentation lexicale des gros et de la grosseur dans le corpus (tableau 2) et les insultes dirigées vers les gros (tableau 3). Dans le sous-chapitre 4.1.1 nous examinerons le lexique et dans le sous-chapitre 4.1.2, seront analysées les insultes variées du corpus.

4.1.1 Les mots signifiant ou paraphrasant les notions de *gros* et de *grosseur*

Notons pour commencer que la classification des groupes nominaux (désormais GN) est faite manuellement, donc il est possible qu'il y ait des erreurs de calcul. De plus, certains de ces GN sont ambigus dans le corpus, ce qui peut avoir un effet sur les chiffres (par exemple *malade* et *maladie* peuvent renvoyer à d'autres référents de malades ou de maladies qu'aux gros ou à la grosseur).

Le mot « *gros* » entre guillemets veut dire que ce GN se trouve dans les commentaires entre guillemets. En outre, dans la colonne des mots qui désignent la notion de *gros*, l'indication *adj. qual.* veut dire que ces GN sont utilisés dans les commentaires en tant qu'adjectifs qualificatifs, donc il inclut les épithètes et les attributs (*personne grosse*; *il est gros*), et l'indication *substantif* ou *subst.* indique que ces GN fonctionnent comme noms communs (*les gros*).

| <u>LES GROUPES NOMINAUX QUI SIGNIFIENT OU PARAPHRASENT LES NOTIONS DE « GROS » OU « GROSSEUR » ET LEUR NOMBRE</u> | | | |
|--|----------------|----------------------------|----------------|
| Gros | Chiffre | Grosueur | Chiffre |
| <i>obèse·s</i> (substantif) | 87 | <i>obésité</i> | 170 |
| <i>obèse·s morbide·s</i> (substantif) | 6 | <i>obésité morbide</i> | 5 |
| <i>obèse·s</i> (adj. qual.) | 120 | <i>grosueur</i> | 3 |
| « <i>obèse</i> » (adj. qual.) | 1 | <i>corpulence</i> | 4 |
| <i>gros·se·s</i> (substantif) | 137 | <i>prise de poids</i> | 5 |
| <i>gros·se·s</i> (adj. qual.) | 63 | <i>surcharge pondérale</i> | 4 |
| - <i>en surpoids</i> | 31 | <i>surpoids</i> | 14 |
| « <i>gros·se·s</i> » (subst. / adj. qual.) | 13 | <i>graisse</i> | 10 |
| <i>rond·e·s</i> (subst. / adj. qual.) | 17 | <i>problème·s de poids</i> | 6 |
| <i>gras</i> (subst. / adj. qual.) | 7 | <i>rondeurs</i> | 1 |
| <i>ces gens/personnes</i> | 18 | <i>mauvaise santé</i> | 8 |
| <i>malade·s</i> (subst. / adj. qual.) | 16 | <i>maladie</i> | 81 |
| <i>costaud·s</i> (adj. qual.) | 2 | <i>handicap</i> | 8 |
| <i>large·s</i> / <i>lourd·e·s/grassouillet/ moelleux·se</i> (adj. qual.) | 5 (2/1/1/1) | - | |

Tableau 2 Listes de mots désignant les gros et la grosseur et leur nombre.

Dans le corpus, le mot préféré pour désigner la grosseur est l'*obésité* (170 occurrences) qui marque tout de même un aspect médical, donc renvoie à la construction de la grosseur en tant que maladie ou condition médicale (Harjunen, 2009 : 21). Cependant, pour indiquer un gros, il y a plus de dispersion que pour le cas de la grosseur. Il est possible que la plupart des internautes considèrent les substantifs *gros·se·s* et *obèse·s* en tant que synonymes, car le lexème *gros·se·s* est utilisé 137 fois et *obèse·s* 87 fois, et ils sont rarement utilisés dans le même commentaire. Pour les adjectifs qualificatifs (épithète et attribut) *gros·se·s* et *obèse·s*, ils sont utilisés dans les mêmes quantités (*gros·se·s* utilisé 63 fois et *obèse·s* utilisé 120 fois) que les substantifs. Par exemple le GN *une personne obèse* est fréquemment utilisé dans le corpus. Comme les termes *gros* et *obèse* ne sont pas expliqués dans le corpus, il est difficile de connaître les critères que les internautes envisagent en utilisant ces termes. Il n'y a que quelques internautes qui différencient les termes *gros* et *obèse* en deux termes différents dans leurs commentaires. Autrement, les internautes utilisent l'un ou l'autre.

(5) mais gros c'est pas obèse faut savoir différencier les deux ! (nou nour)

(6) Je ne dis pas que les alcooliques et fumeurs eux ont décidés de le devenir loin de la, simplement qu'il est injuste de discriminer les obèses et même les gros qui eux ne sont pas malades, et pas les autres. (lison)

Dans l'exemple (5), l'internaute différencie les adjectifs, mais n'explique pas la différence et dans l'exemple (6), l'internaute les sépare et explique que les deux termes sont différents au niveau de la pathologie, car pour lui, les *gros* ne sont pas malades, tandis que les *obèses* le sont. Cela montre aussi le fait que le terme *obèse* est originaire du discours médical, d'où une connotation de maladie.

En outre, les internautes ont plus tendance à utiliser le substantif *gros* pour désigner un gros et l'adjectif qualificatif *obèse*, par exemple *personne obèse*, pour signifier un gros. Les paraphrases pour euphémiser, c'est-à-dire les expressions atténuées (*Le Petit Robert*, www2), sont moins représentées que les GN *gros* et *obèse* dans le corpus. Par exemple l'adjectif *rond·e·s* n'est utilisé que 17 fois, *gras* sept fois, *large·s* deux fois et *costaud·s*, *grassouillet* et *moelleuse* qu'une fois chacun. D'un côté, ceci peut être dû à la plateforme, car comme mentionné dans l'introduction (ch. 1), il est plus facile d'être direct dans un contexte de CMO, donc l'impolitesse ou la violence verbale peuvent être plus présentes (Tuomarla, 2014). D'un autre côté, les GN *gros·se·s* et *obèse·s* peuvent être également considérés comme des termes descriptifs (neutres). Cependant, ces termes, comme également *gras* et *grassouillet*, peuvent

être perçus négativement, dépendant du contexte du commentaire. Les exemples suivants, incluant les mots *rond·e·s* et *large·s*, montrent leur usage dans le corpus :

- (7) Une personne ronde n'est pas forcément en mauvaise santé par ailleurs. C'est au cas par cas de plus. (Hayhy M)
- (8) [...] quand quelque chose sort de la norme, les gens regarde, ces normal, toi tes large, très large, et on te regarde, normal [...] (Slize)

Les euphémismes « personne ronde » et « tes [sic] large » sont synonymes pour les internautes du mot *gros*, mais ne portent pas la même connotation négative.

Par contre, pour les lexèmes *large·s*, *costaud·s*, *gras*, *grassouillet* et *moelleuse*, leur fonction peut être d'euphémiser, de décrire la grosseur ou sinon d'éviter la répétition de *gros* ou *obèse*. Par exemple :

- (9) J'ai été costaud... Et quesqu'on peut se sentir mal... Pas par le regard des autres mais plutôt en voulant m'habiller le matin et de me trouver horrible dans tous mes vêtements... 15 kg en moins et je peux vous dire qu'on se sent bcp mieux !! A méditer.... (Camomille DS)

Ici, « j'ai été costaud » fonctionne comme euphémisme car l'internaute (pour une raison quelconque) ne veut pas dire qu'elle était grosse, mais l'atténue en utilisant *costaud*. Dans un autre exemple :

- (10) Ma maman est grosse, au toucher elle est moelleuse lol mais je me vois plus avec ma maman grosse qu'une maman mince même si c'est plus jolie et que ça correspond aux normes apprises dans notre société. (Viki/)

Dans cet extrait de commentaire, l'internaute dit que sa « maman est grosse », mais utilise également qu'« elle est moelleuse » qui sert à décrire sa « maman grosse » et change en même temps la représentation de sa mère.

Les paraphrases qui décrivent le mot *gros* ou *obèse* en plusieurs mots synonymes (*Le Petit Robert*, [www2](#)) sont un peu plus fréquents que les euphémismes. Par exemple, l'expression *en surpoids* est utilisée 31 fois. En outre, nous entendons *ces gens / personnes* en tant que paraphrase parce que *gros* et *obèse* sont sous-entendus dans le contexte (18 fois). La construction *ces gens / personnes* est anaphorique car l'adjectif démonstratif au pluriel *ces* renvoie à des sujets mentionnés antérieurement dans le contexte. En même temps, selon Pälli (2003 : 151), cette construction permet de spécifier le sujet et en outre, le catégorise à un groupe spécifique de la catégorie, ici à la catégorie des personnes grasses. Cette construction peut être comprise comme un genre de périphrase pour éviter d'utiliser *gros* ou *obèse* qui peuvent être ambigus dans leur connotation.

- (11) Si les problèmes de poids augmentent, c'est surtout parce qu'on mange plus gras, et de ce côté-là, il y en a qui abusent. Par ailleurs, il y a bien des endroits adaptés pour ces personnes. On appelle ça des "salles de sport". (Lucas Mills)

Pour revenir au discours médical d'où viennent les termes *obésité* et *obèse*, les termes de *malade* et *maladie* y sont liés. Le nom *maladie* est très utilisé pour définir la grosseur (81 fois) ce qui suggère que dans la pensée courante, la grosseur est considérée comme une maladie, une déviance à laquelle il faut remédier et anormale par rapport au corps idéal. De plus, utiliser le substantif *malade* pour signifier un gros renvoie à ce même phénomène : les internautes voient les personnes grosses comme des personnes atteintes d'une maladie (*malade* utilisé 16 fois).

Quelques substantifs désignant les gros sont entre guillemets, « *gros* » et « *obèse* », ce qui donne l'impression que les internautes les utilisant trouvent ces GN péjoratifs, mais par manque de meilleure description, les utilisent entre guillemets pour les atténuer. En effet, les occurrences du mot « *gros* » entre guillemets se trouvent souvent dans les mêmes commentaires, presque systématiquement, par exemple :

- (12) Est-ce TROP demander d'avoir du confort pour les "gros" ? Est-ce trop demander d'avoir des tenu de travail pour les "gros" ?

Non parce que je ne veux pas alerter quelqu'un mais si jamais le "gros" se fait mal alors qu'il avait une tenu de travail inadapté ou pas à sa taille, c'est l'entreprise qui prend [...]
(Iris Uchiwa)

Selon Pälli, l'usage des guillemets dans ce cas indique que la dénomination de la catégorie n'est pas exactement correcte ou la dénomination se distingue de la fonction habituelle ou prescrite (2003 : 138). Ici, il s'agit probablement de ce phénomène, car actuellement, *gros* et *obèse* peuvent avoir une connotation négative dans le langage courant.

Pour le lexique de la grosseur, nous avons déjà mentionnée que pour désigner la grosseur, le mot *obésité* est utilisé le plus souvent (170 occurrences) et en deuxième, *maladie* (81 occurrences). Le mot *grosseur* n'est pas répandu dans le corpus et c'est probablement dû au fait qu'il n'est pas non plus fréquent dans le langage courant. Cependant, *obésité morbide* catégorise la grosseur à un niveau élevé de l'obésité et est également un terme médical plus spécifique que l'*obésité* tout court.

Quant aux mots utilisés pour désigner le phénomène de la grosseur, il y a plus d'euphémismes et de paraphrases que pour *gros* : *surpoids*, *surcharge pondérale*, *corpulence*, *rondeurs*, *graisse* et *problème-s de poids* sont des manières plus « gentilles » pour décrire la

grosueur d'une personne. En revanche, *mauvaise santé* et *handicap* sont des paraphrases ou substitutions plus négatives dans le corpus (hormis les insultes).

La plupart de ces paraphrases et euphémismes sont liés au domaine médical car *surpoids*, *surcharge pondérale*, *problème-s de poids*, *handicap* et *mauvaise santé* indiquent que le poids est « hors-norme » (ce que le suffixe *sur-* et les mots *problème*, *handicap* et *santé* insinuent), mais les trois premiers ont une connotation plus neutre dans le langage courant. De même pour *corpulence*, un mot qui désigne la taille en général (souvent dans le domaine), et pour *graisse*, un mot qui désigne la substance onctueuse répartie en diverses parties du corps humain (*Le Petit Robert*, [www2](#)), il est plus ou moins neutre et donc utilisé dans ce corpus pour indiquer et atténuer la grosseur des personnes. *Handicap* et *mauvaise santé* sont plus péjoratifs car *handicap* signifie une déficience physique ou un désavantage / une infériorité (*Le Petit Robert*, [www2](#)) et *mauvaise santé* contient en soi un jugement négatif *mauvais* qui est opposé à *bon*.

Tout ne provient pas du discours médical, car pour indiquer la grosseur, le mot *rondeurs* est un euphémisme familier qui n'a pas de connotation médicale. Cela dit il n'est utilisé qu'une fois dans la discussion. Sinon, pour désigner un gros, les lexèmes *rond-e-s*, *large-s*, *costaud-s*, *lourd-e-s*, *grassouillet* et *moelleux-se* sont également des paraphrases familières pour adoucir le nom *gros* (« *personne ronde* », « *j'ai été costaud* »).

En effet, la dénomination des personnes fait partie de l'acte de langage de représenter le monde et cette représentation indique la façon dont le public d'un discours examine le monde et s'y comporte (Pynnönen, 2013 : 18, voir aussi chapitre 3.5). Le discours médical sur les gros et la grosseur a une forte présence dans les discours non-médicaux, comme dans notre corpus, et il maintient le pouvoir sur la perspective que le public a sur les gros et la grosseur. Il n'est donc pas surprenant de remarquer que la plupart des mots désignant les gros et la grosseur viennent du discours médical et évoquent cette connotation médicale dans le corpus (voir aussi l'analyse des thèmes des arguments, chapitre 4.2.1).

4.1.2 Les insultes signifiant un gros

Comme mentionné auparavant, le vocabulaire des gros et de la grosseur comporte aussi des insultes. Selon Tuomarla (2014 : 7) : « les insultes sont personnalisées et dirigées vers un référent humain précis » et dans le tableau 3 ci-dessous, nous montrons des exemples des insultes utilisées dans le corpus pour désigner un gros. Nous ne listons pas toutes les insultes,

car elles sont plus ou moins similaires, mais nous les catégorisons en quatre groupes différents : 1) celles qui contiennent *gros·se·s* ou *obèse·s*, 2) celles qui décrivent la taille ou 3) le mode de vie et 4) celles qui ne rentrent pas dans ces catégories.

En effet, dans le corpus, nous avons trouvé 46 insultes différentes pour désigner les gros et, à vrai dire, le corpus contient encore plus d'insultes, mais celles-là sont typiquement dirigées vers les autres internautes pour les dégrader et ne désignent pas une personne grosse (selon le contexte). Dans la plupart des insultes qui signifient un gros il y a le mot *gros·se·s* ou *obèse·s* inclus, par exemple « *gros lard* ». De plus, les insultes peuvent décrire la taille, par exemple « *cachalot* » ou le mode de vie (qui est également une idée reçue), par exemple « *porc* ». Effectivement, il y a beaucoup d'insultes qui portent deux traits en même temps (« *gros porcs* »), mais elles ne sont pas catégorisées séparément car elles se chevauchent. En outre, les insultes qui ne contiennent pas ces spécificités ont leur propre groupe, par exemple « *les feignasses* ».

| <u>LES INSULTES SIGNIFIANT LES GROS</u> | |
|---|----------------|
| <i>Les insultes variées</i> | <i>Chiffre</i> |
| <p>1) <i>Contiennent gros·se·s ou obèse·s :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • « hater²¹ obese [sic] » • « espèce d'obèse » • « bande de gros lard chouinards » • « grosses merdes » | 21 |
| <p>2) <i>Décrivent la taille :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • « immonde cachalot » • « sale baleine » • « grosses vaches » • « gros lard » | 10 |
| <p>3) <i>Décrivent le mode de vie (stéréotypé) :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • « sale gros cochon » • « gros morfales » • « grosse truie » | 7 |

²¹ Un « hater » est une personne qui aime détester. Ce terme est né des réseaux sociaux où l'anonymat ou le pseudonymat ont facilité l'expression de haine. (*UrbanDico*, www.6)

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • « gruik gruik » (onomatopée, bruit de cochon) | |
| <p>4) Autres :</p> <ul style="list-style-type: none"> • « les feignasses » • « casse-couille » • « bande de PUTEEEUH [sic] » • « vulgaire, moche et féministe » | 8 |

Tableau 3 Les insultes signifiant les gros et leur nombre.

Selon Auger *et al.*, l'insulte est « un acte de langage interlocutif » qui est émotionnelle et permet de rabaisser et nier l'Autre (2008 : 639). De plus, d'après Tuomarla, la spectacularisation du conflit d'un sujet *chaud* par les médias déclenche justement des réactions émotives chez les internautes (2014 : 2), donc des insultes. Auger *et al.* rajoutent que l'insulte est perlocutoire, donc affecte psychologiquement l'objet de l'insulte (2008 : 639). Elles soulignent aussi la valeur lexicale des lexèmes, qui est une grande partie du fonctionnement de l'insulte, car pour devenir une insulte, le degré péjoratif du lexème doit être considéré, par exemple *gros* est plus péjoratif que *mince* (2008 : 639–640).

D'ailleurs, les insultes du premier groupe (1) qui contiennent le mot *gros·se·s* ou *obèse·s* sont les plus fréquentes (en comptant également ceux qui se chevauchent avec les autres groupes) et cette tendance peut être expliquée par le fait que ces mots (*gros·se·s*, *obèse·s*) contiennent une connotation négative, car en soi, ils portent la stigmatisation associée aux gros ou à la grosseur (voir chapitre 2.1 sur la grossophobie). L'utilisation de ces mots dans les insultes peut avoir également un rapport avec le fait que le corpus traite le sujet de la grossophobie et la personne qui parle sur la vidéo est grosse. Donc, pour les internautes qui sont antipathiques envers les gros, une façon de minimiser la catégorie des gros est de les dégrader à travers des insultes qui sont dirigées vers eux :

- (13) si c'est une maladie dans ce cas là c'est compréhensif sinon go à la salle + régime bande de gros sacs (Netego)

Les insultes du deuxième groupe, (2) qui décrivent la taille, sont aussi assez fréquentes (dix occurrences). Les noms communs qui signifient une créature de grande taille, comme « *baleine* », « *vache* » ou « *cachalot* », sont probablement utilisés pour se moquer de la taille qui est souvent un sujet sensible chez les gros. De plus, ces noms sont souvent accompagnés par un adjectif de valeur négative, comme « *immonde* » ou « *sale* ». Parmi les insultes, on

trouve également le mot « *lard* » qui est utilisé pour décrire la taille. *Lard* en soi fait référence à la graisse et ce mot, avec un adjectif comme « *gros* », est donc une insulte qui renvoie à la grosseur de l'insulté :

- (14) Elle est contente d'être grosse , maigris sale baleine , pour te parler il faut un permis poid lourd (I Benji)

Dans le troisième groupe, (3) qui consiste en des insultes qui décrivent le mode de vie, la référence à l'animal « cochon » est la plus fréquente (six sur sept occurrences). Le cochon évoque l'idée de manger n'importe quoi, être sale et répugnant (des stéréotypes) et ces traits sont liés à la représentation négative d'une personne grosse (également des stéréotypes). La seule exception « *gros morfales* » dont *morfal-e* désigne une personne qui dévore et qui a un appétit insatiable (*Le Petit Robert*, [www2](#)) renforce aussi le stéréotype des gros en tant que gros mangeurs :

- (15) l'obésité chez les occidentaux et les pays en développement c'est juste 99% du à la sédentarisation, la bouffe de merde et le non respect de soi plus les fragiles de porcs qui se plaignent de tout sans se remettent eux mêmes en question bref ça me dégoûte (INakeedHD)

De plus, dans cet extrait du commentaire, l'internaute traite les personnes grosses de « fragiles de porcs » dont la « fragilité » fait référence à la victimisation (se plaindre) que les personnes grosses sont supposées faire.

Le dernier groupe, (4) qui contient les insultes qui ne rentrent pas dans les catégories précédentes, compte huit occurrences qui ne visent pas directement les personnes grosses. Les insultes de ce groupe qui ont une connotation stéréotypée sur les gros sont « *les feignasses* » et les mots « moche » dans « *vulgaire, moche et féministe* » et « puants » dans « *les puants de son espèce* ». La plupart des insultes de ce groupe n'ont pas « d'attachement » lexical aux gros, mais sont tout de même des insultes :

- (16) Faite du sport et manger sainement bande de PUTEEEUH, 30 jours à Dachau tu va voir comment ils/elles maigriront à vue d'œil métabolisme ou pas. (Butterfly effect)

Dans cet extrait, la mention d'un camp de concentration rend le commentaire encore plus péjoratif.

Toutes ces insultes peuvent aussi indiquer la présence du pouvoir social, car l'insulte grossophobe (dirigée vers l'identité sociale de l'insulté) est un moyen de contrôler les autres ou de maintenir la position dominante du groupe prestigieux (Tuomarla 2014 : 11, voir aussi Culpeper, 2010). La forme syntaxique de l'insulte joue également un rôle, car l'utilisation des

« modalités de catégorisation » comme *espèce de* ou *bande de* renvoie à une péjoration du groupe insulté (Auger *et al.*, 2008 : 640). Ainsi, la polarisation du groupe prestigieux (donc « normal » ou mince) et du groupe inférieur (les gros) est présente également dans l'analyse des insultes de ce corpus.

De plus, en examinant les insultes de ce corpus, il est évident qu'une grande partie de leur sens provient de la représentation négative des gros, comme des stéréotypes et des préjugés. Cela marque également le pouvoir du discours dominant, car ces attitudes négatives envers les gros sont courantes et populaires.

4.2 La construction des argumentations

Cette partie de l'analyse se concentre sur l'argumentation des internautes selon deux groupes de classement, par thème et par outil d'argumentation. Dans le sous-chapitre 4.2.1, se trouvent le tableau 4, qui est catégorisé par les thèmes les plus courants que nous avons trouvés dans les commentaires, et son analyse. Dans le sous-chapitre 4.2.2, se trouvent le tableau 5, dont la classification est basée sur la méthode d'argumentation rhétorique par Jokinen *et al.* (1999), et également son analyse.

Dans les tableaux il n'y a qu'un exemple par catégorie, mais dans l'analyse elle-même, il y aura d'autres commentaires pour expliquer les caractéristiques des catégories choisies. De plus, les commentaires ne se donneront pas nécessairement en entier (comme apparus dans le corpus), mais découpés afin d'analyser le thème ou l'outil en question car la longueur des commentaires varie d'un mot à plusieurs chapitres. D'abord, nous aborderons les thèmes des arguments (4.2.1), car c'est une perspective plus large et ensuite, nous passerons aux outils rhétoriques des arguments (4.2.2) qui sont contrairement plus spécifiques et là, nous utiliserons la classification mentionnée dans le chapitre sur l'analyse du discours rhétorique (chapitre 3.3) que nous avons modifiée pour convenir à cette étude.

4.2.1 Les thèmes des arguments

Le tableau 4 regroupe les différents arguments et leurs exemples en deux groupes : empathique et antipathique. Ces groupes ont été classés sur la base des attitudes et des opinions des internautes qui se transmettent dans les arguments. Les thèmes de (A) à (D) sont

empathiques car les arguments ne suscitent pas de la haine envers les gros, mais ils essayent de comprendre et de voir les points de vue et les nombreuses dimensions liées à la grosseur.

À l'opposé, les thèmes de (E) à (H) sont antipathiques parce que les internautes ne veulent ou ne peuvent pas comprendre les gros et leur vécu. Dans ces thèmes, les gros sont perçus comme entièrement coupables de leur condition physique et tout ce qui leur est dit est justifié en tant qu'« aide » ou « bienveillance ».

Effectivement, pour tous les thèmes, il y a également des contre-arguments. Cela veut dire qu'un thème qui est à la base empathique peut être antipathique quand l'argument y est contre et vice-versa. En outre, les arguments peuvent comporter plusieurs thèmes différents, car ils se chevauchent entre eux.

| <u>THÈMES DES ARGUMENTS</u> | <u>EXEMPLES</u> ²² |
|--|---|
| <i>empathique</i> | |
| <i>A) Adaptation de l'infrastructure et de la société à la grosseur</i> | « Faire des places un peu plus larges pour les personnes obèses ne dessert personne, puisque le reste de la population peut aussi s'y asseoir, et même appréciera car s'y sentira un peu moins à l'étroit que dans une place classique. » (MiliEiko ²³) |
| <i>B) Être gros est une somme de plusieurs raisons</i> | « J'essaye juste d'avoir un avis nuancé : il y a des facteurs génétiques, environnementaux, et psychologiques, et un déclencheur (le stress, le contexte alimentaire, parfois la profession, etc.) » (El Patito Feo) |
| <i>C) La grosseur n'indique pas toujours une mauvaise santé</i> | « Il y a des gens qui ne mange pas beaucoup, font un minimum d'exercice tous les jours (marcher, prendre les escaliers, etc...) et qui sont obèses. Et à côté de cela des gens qui mangent comme 4 et qu'on un mode de vie degueulasse (pas de sport et régime alimentaire très gras, sucré, etc...) et qui ne prennent pas un gramme. » (Marine B) |
| <i>D) La grossophobie est un mal social à l'instar du racisme, du sexisme, de l'homophobie, etc.</i> | « Les gens ont du mal à comprendre la grossophobie car c'est devenue quotidien, normal, tout comme beaucoup d'autres choses comme le sexisme ordinaire. » (lison) |
| <i>antipathique</i> | |
| <i>E) L'obésité est une maladie (souvent comparée à l'alcoolisme et au</i> | « Un alcoolique est une personne malade, comme une personne obèse. Dans les 2 cas, il faut être conscient de sa maladie, se soigner si on en a la volonté ou se taire si on ne |

²² [sic] Les exemples sont tirés directement de la discussion en ligne, les fautes d'orthographe sont faites par les internautes.

²³ Les pseudonymes, donc les auteurs des commentaires, sont entre parenthèses.

| | |
|--|---|
| <i>tabagisme)</i> | change pas. » (Alladin Bicycle) |
| <i>F) Être gros est la faute de la personne elle-même</i> | « Certaines personnes souffrent d'obésité à cause d'un souci de santé, mais l'immense majorité des gros le sont par manque de discipline et d'exercice. Que les feignasses aillent se faire voir. » (Rico Chico) |
| <i>G) La grossophobie vue comme une excuse pour les gros de se victimiser</i> | « Encore une tentative désespérée d'une certaine partie de la population pour aliéner l'autre, lisser les choix et les préférences, rendre le comportement des "grossophobes" comme ils disent inacceptables socialement, bien qu'il soit dans bien des cas légitimes. » (Butterfly effect) |
| <i>H) La confusion entre 1) l'anti-grossophobie et la normalisation de l'obésité et 2) la grossophobie et la bienveillance</i> | « C'est pas normal d'être comme ça, les gens qui font des remarques essaient juste d'aider. Et surtout faites surtout pas de sport, continuez à manger de la merde et après ça se plaint et ça dit que c'est de la faute de la société » (lee a) |

Tableau 4 La classification des thèmes des arguments.

Pour détailler les thèmes *empathiques* de (A) à (D), l'argument (A), *l'adaptation de l'infrastructure et de la société à la grosseur*, veut dire une adaptation urbaine ou une adaptation par exemple sur le plan éducatif pour que les gros soient plus acceptés dans la société. Ce thème est beaucoup abordé à cause de la vidéo où la personne parle du fait qu'elle n'arrive pas à s'asseoir dans les chaises avec accoudoirs et qu'elle ne passe que de profil dans les tourniquets des métros. L'argument (B) suggère plusieurs raisons pour être gros, comme la génétique, les maladies (donc les soins médicaux), l'éducation, le statut social, etc. L'argument (C) parle pour le fait que la taille n'est pas la seule indication de santé car tous les gros ne sont pas en mauvaise santé et tous les minces ne sont pas en bonne santé, et l'argument (D) montre que la grossophobie est un réel problème social, une discrimination, contre laquelle il faut lutter à l'instar de la lutte contre, par exemple, le sexisme ou le racisme.

Les thèmes de (E) à (H) appartiennent à la catégorie *antipathique* car ils sont basés sur des valeurs négatives des internautes concernant les gros et la grosseur. L'argument (E) veut dire que les internautes se réfèrent à l'obésité comme à une pathologie et souvent aux mêmes phénomènes que l'alcoolisme et le tabagisme, qui sont des addictions et des maladies coûteuses pour la société. L'argument (F) sous-entend que les gros le sont à cause d'une mauvaise hygiène de vie, du manque de sport et de volonté et de la paresse (entre autres). L'argument (G) suppose que la grossophobie n'existe pas et que c'est une excuse et une façon pour que les gros se victimisent et accusent les autres pour leur condition et en dernier,

l'argument (H) montre que les internautes mélangent le mouvement et l'attitude anti-grossophobique avec la banalisation de l'obésité et de la grossophobie avec la bienveillance.

Nous commençons l'analyse par le premier groupe et avançons thème par thème. Le premier thème (A), *l'adaptation de l'infrastructure et de la société à la grosseur*, est un thème intéressant, abordé aussi dans la vidéo. À vrai dire, il est peu probable que ce thème soit discuté dans la discussion si la personne dans la vidéo ne l'avait pas mentionné. En plus de l'extrait du tableau, nous donnerons quelques extraits des arguments pour et contre. Dans l'exemple du tableau 4, l'internaute est empathique et souligne le fait qu'adapter l'infrastructure à une minorité n'enlève rien des personnes dites normales : « faire des places un peu plus larges [...] ne dessert personne ». De plus, l'internaute constate que ces places serviront à tout le monde, donc qu'il n'y a pas de raison de ne pas le faire. En revanche, dans l'exemple suivant, l'argument est contre l'adaptation de l'infrastructure à la grosseur :

- (17) L'urbanisme n'est pas adapté... non mais on fait comment ? On crée des sièges 2x plus grands 1 siège sur 2 avec des accoudoirs amovibles ? Et les nains heliophobes, on leur construit des villes souterraines sur mesure nan ? La société ne peut pas s'arrêter sur chaque cas particulier et doit concevoir des normes qui serviront au plus grand nombre. (Henry-Jean Berton)

L'internaute « Henry-Jean Berton » est contre le fait d'adapter l'urbanisme aux gros, mais son attitude n'est pas spécifiquement haineuse envers les gros. Néanmoins, le fait de « concevoir des normes qui serviront au plus gros nombre » montre l'attitude de peu de valeur envers les personnes hors-norme, y compris les personnes grosses. En même temps, l'absurdité des « nains heliophobes [sic] » dans le même contexte rend le sujet de l'adaptation urbaine peu sérieux. L'exemple suivant est un contre-argument à l'exemple (17) :

- (18) Les obèses représentent une grande partie de la population la preuve on connaît tous au moins une personne obèse, les nains heliophobes je ne suis pas sûre. Alors bien sûr qu'on ne va pas adapter le monde à tous le monde mais quand une partie de la population est discriminé et qu'elle est importante il faut les aider à aller mieux. (Iison)

Ce commentaire est pour l'urbanisme adapté et ici, il est plus clair que l'on parle des gros : « les obèses représentent une grande partie de la population » et « quand une partie de la population est discriminé et qu'elle est importante il faut les aider ». L'attitude de l'internaute 'Iison' est positive et plus empathique, peut-être parce qu'elle connaît quelqu'un de gros « la preuve on connaît tous au moins une personne obèse ». Cela peut être lié au fait qu'une personne évalue plus favorablement un individu d'un groupe différent s'il y a un contact favorable entre les deux (Pena Pena *et al.* 2015, voir chapitre 3.6).

Dans le quatrième exemple, l'internaute est pour l'adaptation de la société pour les gros :

- (19) tu sais l'obésité est un maladie, et c'est très dur de sortir de cet état mais la société doit quand même s'adapter aux malades, même s'il auront peut être plus tard ou qu'ils ont déjà la possibilité de guérir. Sans parler d'aménagement public, une personne obèse doit être traitée avec respect autant que les autres personnes, elles restent des êtres humains (Fleur la Terreur)

Dans cet extrait, l'internaute explique son point de vue sur l'adaptation pour tout genre de personnes : « la société doit quand même s'adapter aux malades » et « sans parler d'aménagement public, une personne obèse doit être traitée avec respect autant que les autres personnes ». L'internaute constate que l'obésité est une maladie, mais que le fait que ce soit « guérissable » n'est pas une excuse pour que la société n'essaye pas d'améliorer l'adaptation pour les personnes hors-norme.

Le thème (B), *être gros est une somme de plusieurs raisons*, est très abondant dans le corpus, car les raisons derrière la grosseur fonctionnent en tant qu'outil pour défendre ou culpabiliser les gros. Ce thème qui essaye de comprendre et de défendre les personnes grosses s'oppose au thème (F) dans lequel les internautes culpabilisent et accusent les gros. L'exemple du tableau 4 montre que l'internaute « El Patito Feo » ne voit pas la grosseur comme un aspect noir et blanc, mais plutôt nuancé. Ce commentaire résume les commentaires de ce thème, car les internautes voulant comprendre les gros arrivent à séparer les multiples « facteurs » qui aboutissent à la grosseur. Un deuxième exemple de ce thème :

- (20) Tu oublis quelques facteurs extérieurs:

- stress,
- boulimie,
- mauvais génétique,
- pas le temps ou les moyens de faire du sport,
- sucres et graisses cachées,
- nourriture saine plus chère,
- prise de médicament, opération ou soucis de santé (prise de cortisone, ablation de l'utérus et problèmes thyroïdiens par exemple) (Hobo Furtif)

Dans cet extrait, l'internaute nomme plusieurs facteurs qui peuvent contribuer à la grosseur pour répondre à un internaute qui dit que « les obèses pour 99% des cas sont justes des grosses merdes n'ayant aucunes hygiènes de vie » (INakeedHD). Avec ce commentaire,

l'internaute essaye de contredire le préjugé que les gros le sont seulement à cause d'une mauvaise hygiène de vie. Dans ce troisième exemple, l'internaute utilise son propre exemple pour expliquer la part de l'hérédité dans la morphologie d'une personne :

- (21) Tu sais que l'hérédité joue beaucoup ? Je ne suis pas née dans une famille de planche à pain, donc je ne le serais jamais. J'aurais toujours des rondeurs, que je le veuilles ou non.

Et l'obésité n'est pas dû qu'à mal manger ou ne pas bouger. Quelque chose de grave peut arriver dans la vie et peut changer toutes tes habitudes. Oui, des gens qui deviennent obèses parce qu'ils ne bougent pas et mangent que de la merde, mais on est pas tous comme ça. Des médicaments, un accident, une dépression peuvent te faire grossir également.

Faut vraiment arrêter les conneries. Il n'y a pas de vaccins miracle pour guérir d'une maladie aussi important qu'une maladie qui touche à ton corps et à sa forme.
(laprincesse38)

Ce thème est empathique envers les gros parce que les internautes pensent aux différents aspects (psychologique, physique, culturel, génétique, etc.) qui peuvent conduire à la grosseur et non aux idées préconçues attachées au phénomène.

L'outil (C), *la grosseur n'indique pas toujours une mauvaise santé*, est un autre argument pour défendre les gros et briser les préjugés et stéréotypes concernant les gros. Dans l'exemple du tableau 4, l'internaute « Marine B » utilise le contraste entre une personne mince et une personne grosse pour expliquer son argument. Effectivement, l'argument sert à montrer qu'une personne grosse n'est pas nécessairement en mauvaise santé comparée à une personne mince. Ce thème se rapproche du thème (B), car il démontre également différentes manières de devenir gros sans avoir une vie malsaine. D'après ce thème, une personne mince peut être en pire santé qu'un gros, mais que cela ne se voit pas.

- (22) Merci à tous ces docteurs en herbe de se soucier de leur santé. Maintenant allez voir tous les fumeurs pour leur balancer votre moral à la tronche aussi. Et à ceux qui ne sont pas forcément obèses mais qui mangent très mal (trop sucré, trop salé) parce que même si ça ne se voit pas tout de suite les organes peuvent être pourris à l'intérieur. Pensez aussi à dire à vos amis en soirée que l'excès de boissons ça tue aussi.

On fume on boit mais on vient se préoccuper des personnes rondes soit disant parce qu'on s'inquiète pour elles. Qu'on arrête d'être hypocrite. Juste parce que ça se voit contrairement aux poumons encrassés des fumeurs bien cachés dans leur torse. Une personne ronde n'est pas forcément en mauvaise santé par ailleurs. C'est au cas par cas de plus. Donc à tous ces médecins du net, abstenez vous. Là on parle du fléau social qu'est la grossophobie. Alors si leur bien être vous préoccupent tant, militez pour la fin de cette discrimination nauséabonde là vous les aiderez.

Bref marre de voir ce genre de commentaires faussement inquiets du bien être de ces personnes alors qu'en vrai vous les jugez ! Si c'était sincère au moins.... (Hayhy M)

Dans le troisième exemple, l'internaute donne son propre témoignage en tant que personne grosse, mais en bonne santé :

- (23) Etre en surpoids ne veut pas dire avoir un coeur minable. Je le suis, et mon coeur est nickel. Le poids ne veut rien dire. Ton activité physique oui. La preuve, certains lutteurs pèsent 100 voir 150 kilos et ils vont vivre des années et des années. (laprincesse38)

Ce commentaire peut être vu comme une critique de l'IMC (chapitre 2.1), car le poids n'est pas toujours une indication de santé.

Le thème (D), *la grossophobie est un mal social à l'instar du racisme, du sexisme, de l'homophobie, etc.*, est fréquent dans le corpus, car comme la grossophobie est le sujet de la vidéo, les internautes débattent fréquemment sur la notion. L'opposé de cet argument est le thème (G) qui montre les opinions populaires contre le mouvement anti-grossophobe. Pour caractériser le thème (D), l'exemple du tableau 4 souligne le fait que la grossophobie est comparable au sexisme, car c'est quelque chose de répandu, mais en même temps accepté dans la société. L'exemple suivant explique pourquoi la grossophobie est un mal social comme tout autre genre de discrimination :

- (24) Je ne te comprend pas, tu dit que tu nuances tes propos mais depuis le début, tu assimile les gros a des idées préconçues, négatives et discriminantes. Même si elle est grosse que ce soit a cause de maladie (physique ou psychique) ou de d'autres facteurs accumulés, cette femme mérite le respect en tant qu'etre humain. On s'en fout de comment elle est devenue obèse, ici le probleme c'est la discrimination quotidienne qu'elle subit a cause d'un aspect de son apparence physique, c'est injuste et injustifié. Une personne ne s'arrête pas a son physique. Dire qu'une personne est flemmarde car elle est obèse c'est de la discrimination. On ne la connait pas, elle a peut être fait des régimes pour perdre du poids, essayer mais n'a pas réussi ou au contraire, réussit a perdre quelques kilos et est sur une pente descendante. Mais une chose est sûre, cette femme n'est pas flemmarde, elle a créé une asso dans le but de se battre contre une discrimination acceptée et tolérée par la société (il suffit de lire les commentaires pour se rendre compte que peu sont bienveillants), son combat est loin d'etre fini. Elle est venue temoigner et s'exposer. Elle est courageuse, pas flemmarde et même si physiquement tu ne la trouves pas belle (et la beaute n'est pas universelle, je te ramene aux cours de philo de term), personnellement je trouve que c'est une belle personne, elle se bat pour ses ideaux et pour changer le monde a sa hauteur, pour ça elle mérite encore plus le respect ! (Asilma)

Le troisième exemple de ce thème est un argument contre le commentaire d'un internaute (arnaud hureaux) qui dit que « la grossophobie m'a tout l'air d'encourager à faire du sport » :

- (25) Sauf que tout le monde n'est pas pareil, ça peut certes encourager certaines personnes à perdre du poids mais ça peut faire aussi l'inverse (et dans beaucoup de cas que je connais c'est plutôt ça d'ailleurs). Je dirais qu'il ne faut pas accepter l'obésité mais qu'il faut arrêter de les discriminer pour faire avancer les choses. (nekoTagada chan)

Le dernier exemple de ce thème montre pourquoi la grossophobie est un mal social :

- (26) La grossophobie, c'est juste enfoncer quelqu'un qui est déjà mal. Ça ne sert à rien, à vrai dire, ça n'a jamais rien amélioré et ça ne le fera jamais. Et c'est pas en sortant des "T'as qu'à faire du sport" ou "T'as qu'à manger mieux" parce que vous vous êtes cru médecin alors que tout ce que vous avez retenu dans votre vie c'est la pub de TF1 ou de Gulli qui disent qu'il faut manger 5 fruit et légumes par jour, que vous allez arranger quoi que ce soit. C'est déplacé. Vous n'avez pas à lui donné des conseils méprisants qu'en plus, vous cacher derrière une morale énervante "c'est pour ton bien", "faut te faire soigner", "t'es malade".

Les gens atteint d'obésité le savent, pourquoi leur faire rappeler tous les jours ? Ils vivent déjà avec, c'est pas comme si vous leur apprenez quelque chose. (Julie Carter)

Pour avancer au groupe *antipathique* de ce classement, le thème (E), *l'obésité est une maladie (souvent comparée à l'alcoolisme et au tabagisme)*, soulève des opinions antipathiques envers les « malades » comme, entre autres, les gros, les fumeurs et les alcooliques. Dans l'exemple du tableau 4, l'internaute compare les maladies de l'alcoolisme et de l'obésité entre elles. Ce commentaire fait allusion au fait que ces maladies sont toutes réversibles avec volonté et que les personnes atteintes de ces maladies n'ont pas le droit de se plaindre s'ils ne réussissent pas à guérir. Ce genre de commentaire ne montre aucune empathie ou compréhension envers ces maladies. L'exemple suivant réfère à l'obésité en tant que coût social comme le tabagisme :

- (27) Et autant pour moi il est anormal que sur les podiums, on ne montre que des filles fines, comme un exemple à suivre, autant il est anormal de nier que la dame de cette vidéo est clairement obèse et fait tout autant peser un problème à la sécu sociale que les fumeurs. En plus sans être grossophobe, l'obésité au USA coûte plus cher que les cigarettes par exemple. (Hobo Furtif)

Le troisième exemple montre un commentaire empathique envers les maladies stigmatisées :

- (28) en vrai on s'en fout de savoir pourquoi une personne devient obèse en fait. On n'est pas médecin ni psychologue.

Il est juste question de ne PAS discriminer quelqu'un d'obèse quel que soit les raisons. C'est incroyable de se permettre de catégoriser les bons et les mauvais gros. L'obésité est une maladie et on ne met pas des gens malades en marge de la société peu importe les causes de la maladie.

C'est quand même fou de continuer à tergiverser en 2018 sur qui mérite d'être discriminé ou non. Un peu d'humanité mince. (Hayhy M)

Le thème (F), *être gros est la faute de la personne elle-même*, contient des arguments très fréquents dans le corpus. Ce débat sur la culpabilité du fait d'être gros est populaire et divise grandement les opinions des internautes. L'argument le plus courant est la mauvaise hygiène de vie, donc la mauvaise alimentation et la sédentarité. Ce thème comprend également beaucoup d'idées reçues, des préjugés et stéréotypes qui reflètent une image négative et antipathique des gros. L'exemple du tableau 4 donne un aperçu sur la manière dont les

préjugés altèrent la façon de penser. L'internaute juge la majorité des gros en tant que « feignasses » qui ont un « manque de discipline et d'exercice ». Sans comprendre les personnes atteintes par cette maladie, l'internaute généralise les gros négativement. Un autre exemple qui dit que les gros ne prennent pas soin d'eux :

- (29) C'est pas une maladie comme les autres parce que je veux pas payer d'aide handicapé pour une obèse qui ne veut pas faire son footing. Si elle prenait soin d'elle elle ne serait pas incommodé par sa graisse. (Nerlando-bougnoule)

L'exemple suivant est plus empathique, car l'internaute a vécu une vie de gros et il donne une image plus variée de la grosseur :

- (30) Peut-être mais les problèmes génétiques ne touches qu'une infime parties des gros, les autre le sont car ils n'essaient pas de s'en sortir et je sais comme c'est difficile de se soigner, j'ai moi-même été dans ce cas avec 35kg en trop, y a pas besoin des autre pour se sentir mal, c'est à la fois physique et mental chaque jour, c'est pour ça qu'il faut se mettre au sport bien manger dans ce cas là, l'exemple du joueur du grenier (pour prendre quelqu'un de connu) le prouve bien. (Christophe Gerald)

Néanmoins, l'internaute met pratiquement tous les gros dans la même case et donc culpabilise les gros qui n'arrivent pas à perdre du poids de la même façon que lui. L'internaute indique avec ce commentaire que la grosseur est le choix de la personne elle-même. Le dernier exemple de ce thème montre les idées reçues sur la personnalité d'une personne grosse :

- (31) c'est un défaut à bien des égards arrêtez de jouez les politiquement correctes....
Physiquement : on est beaucoup moins performants, on vieillit plus vite, on s'essouffle plus vite, les articulations en pâtissent, le coeur a du mal, bref pas besoin de plus d'explications
esthétique : excusez moi de dire mais ça mais une femme (un homme aussi) est beaucoup plus beau de visage comme de corps quand ils sont minces/sveltes (pas squelettique évidemment)
mental : ça montre qu'on a une faiblesse en terme de discipline (pas bien organisé, flemmard, mauvais rythme de vie...) une faiblesse émotionnelle : beaucoup de personne se ruent sur la bouffe quand ils ont des émotions négatives, ou juste par habitude, qu'on penche sur le plaisir rapide et directe (malbouffe) (TheChattounet)

Cette façon de penser est antipathique parce qu'il catégorise les gros comme des personnes plus faibles que les autres.

Le thème (G), *la grossophobie vue comme une excuse pour les gros de se victimiser*, contient des arguments qui dévalorisent l'anti-grossophobie en la considérant comme un mouvement inventé et superflu. Ce thème est antipathique car les internautes utilisant ces arguments ne voient pas les difficultés qu'affrontent les gros. L'exemple du tableau 4 démontre cette pensée que lutter contre la grossophobie est une « tentative désespérée » et l'internaute pense que le « comportement 'grossophobe' » est légitime. Il n'y a aucune

empathie pour les gros et leur vécu. Dans le second exemple, l'internaute est antipathique envers toute personne voulant améliorer sa situation de mépris :

- (32) Bien bien de culpabiliser à nouveau la population française qui décidément cumule toutes les tares : beauf, raciste, antisémite, misogyne, spéciste, grossophobe... Méchant français !

Société de victimes rappelait Pascal Bruckner.

A croire que certain cherchent désespérément une cause (aussi ridicule soit elle) pour se sentir exister... Malaise dans la civilisation, tiens donc ! (Adrien REBELO)

Le troisième exemple réfère à la personne de la vidéo et la culpabilise :

- (33) Je respecte chaque être humain pour ce qu'il est, mais plutôt que de donner des interviews pour te plaindre de la société vilaine et terrifiante, mange correctement et fais du sport; si tu décides de ne rien changer, ne te plains pas. (Alladin Bicycle)

Le dernier thème, (H) *la confusion entre 1) l'anti-grossophobie et la normalisation de l'obésité et 2) la grossophobie et la bienveillance*, est très courant dans le corpus, car le fait de militer contre une discrimination des gros est souvent perçu comme une « excuse » pour les gros de « rester gros » et en revanche les attitudes grossophobes sont considérées comme relevant de la bienveillance envers les gros. L'exemple du tableau 4 montre l'attitude de l'internaute sur ce sujet : « c'est [sic] pas normal d'être comme ça, les gens qui font des remarques essaient juste d'aider ». Déjà, elle remarque que c'est une déviance d'être gros (donc hors-norme) et ensuite elle justifie les remarques grossophobes en tant qu'aide et soucis pour les gros. Le deuxième exemple démontre qu'un acte grossophobe est compris comme bienveillant et l'anti-grossophobie comme une manière de normaliser l'obésité :

- (34) Si ont clash²⁴ les gros, c'est pour votre santé, si maintenant être obèse c'est une normalité, c'est que le monde est malade. (pitiHB Pandi)

Dans le troisième exemple, l'internaute stéréotype les gros et privilégie les minces :

- (35) Ce genre de video est scandaleux, etre gros ce n est pas bon pour la sante et c est surtout le resultat d une vie dereglee. Tout le monde n est pas egal devant le poids, mais il est sain et normal de mettre en avant les gens minces et en bonne sante et critiquer ceux qui ne le sont pas. Ce n est certainement pas a la societe de s adapter et de changer son regard sur les gros, et encore moins de les traiter comme des handicapes (qui eux n y peuvent rien), c est juste aux gros a se reprendre en main pour leur propre bien. (Maxime E)

Le dernier exemple montre que l'internaute mélange l'idée de l'anti-grossophobie à une « banalisation » de l'obésité :

²⁴ *Clasher* est l'action de se moquer de quelqu'un (*UrbanDico*, www6).

- (36) Encore une fois, MiliEiko montre bien que le mouvement "féministe" et plus spécifiquement "grossophobe" (mot qui n'existe pas au passage) est ridicule. La société n'a pas à être tirée vers le bas pour une minorité de personnes. Et veuillez ne pas vous exprimer au nom des obèses, s'il vous plaît, vous ne représentez que vous-même, avec vos délires puérils qui ressemblent à des caprices d'ados. Au lieu de régler le problème de l'obésité, tu préfères parler "d'acceptation" et de "confort" (égoïste), non, la société n'a pas à s'adapter à vous. C'est dingue ça de vouloir modeler la société à l'image de minorité bruyante, un peu comme le féminazisme, mouvement qui représente une extrême minorité de femmes sur twitter, et qui se permettent de parler au nom des femmes. 10% des hommes Français sont daltoniens, on fait quoi ? On met des feux bleu et marrons sur les routes ? Ridicule. (Desmond)

Selon Tuomarla (2014 : 10), l'ensemble des commentaires des internautes est caractérisé par les identités collectives qui dictent les opinions sur ce qui est approprié et acceptable. C'est ainsi que les personnes forment des identités collectives et s'expriment plus librement sur Internet (*ibid.*). Les thèmes analysés ci-dessus constituent un exemple des attitudes collectives des internautes envers les gros. Les thèmes que nous avons qualifiés d'*empathiques* suggèrent un changement dans l'avis populaire et (souvent) préjugé sur les gros. Les arguments empathiques montrent qu'il y a des personnes qui regardent au-delà des stéréotypes des gros et les envisagent comme des personnes qui ont autant le droit d'exister dans la société que n'importe qui.

En revanche, les thèmes antipathiques suggèrent également que le discours médical sur l'obésité (qui est une maladie, une épidémie) est solidement ancré dans le raisonnement collectif (voir aussi chapitre 2.1). De même, les stéréotypes, préjugés et idées reçues que subissent les gros sont vigoureusement présents chez les internautes de ce groupe dans le corpus.

Dans les deux thèmes, la polarisation des catégories de personne grosse et de personne « normale » (et/ou mince) est visible, mais de différentes façons. Dans le groupe empathique, la distinction est faite entre les gros et les « normaux », mais il y a souvent également une pensée d'inclusion (les gros doivent avoir les mêmes droits civils et ont droit à l'accès aux mêmes services, etc.). Dans le groupe antipathique, les deux catégories sont plus écartées : les gros sont vus péjorativement et les « normaux » sont vus favorablement. Le prestige de la catégorie des « normaux » se voit également dans le fait que la plupart des internautes qui se catégorisent comme *gros* expriment leur volonté d'appartenir à la catégorie des « normaux ».

4.2.2 Les outils rhétoriques dans les arguments

Comme dans le sous-chapitre ci-dessus, nous classifions d'abord les outils rhétoriques dans le tableau 5 et ses exemples et les analyserons par la suite. Le tableau 5 contient donc les différents outils rhétoriques d'argumentation trouvés dans les commentaires et leurs exemples tirés du corpus. Les arguments de (a) à (d) envisagent le groupe d'outils qui servent à rendre crédible le présentateur de l'argument. Ensuite, les arguments de (e) à (j) servent à rendre convaincants les arguments mêmes et enfin, les arguments de (k) à (p) contiennent d'autres manières rhétoriques de persuasion. Dans ce dernier groupe, nous avons rajouté un outil, (p) *la moquerie / l'injure*, car il est beaucoup utilisé par les internautes et sert à minimiser ou endommager le présentateur de l'argument ou l'argument même comme l'ironie (outil o).

Il doit être mentionné que la majorité des internautes utilisent plusieurs outils dans leur commentaire pour persuader et non un par un comme démontré dans ce chapitre. Dans le corpus, plus le commentaire est long, plus il y a des outils différents pour convaincre le public.

Les outils rhétoriques ont été expliqués dans le chapitre 3.3. Dans l'analyse qui suit, nous examinerons plus en détail les différentes façons dont ces outils ont été employés et pour quelle raison. Nous donnerons également plusieurs exemples en plus de ceux qui figurent dans le tableau 5 ci-dessous. Notons que nous sommes consciente que les exemples contiennent des fautes d'orthographe et des erreurs, mais nous ne les avons pas corrigés, car les commentaires sont tirés directement du corpus.

| <u>OUTILS RHÉTORIQUES DES ARGUMENTS</u> | <u>EXEMPLES</u> ²⁵ |
|--|---|
| <i>La crédibilité du / de la présentateur·trice de l'argument</i> | |
| <i>a) S'éloigner de ses propres intérêts</i> | « À vous lire, j'avais l'impression que vous me pensiez mauvais (hypocrite / mauvaise foi) mais je souhaite juste aider le plus grand nombre et ne pas rester dans l'adaptation systématique pour chaque cas particulier, même si utopiquement on le souhaiterait tous pour nous ou 1 de nos proches. » (Henry-Jean Berton) |
| <i>b) La justification par</i> | « pour avoir été gros les 25 premières années de ma vie, je |

²⁵ [sic] Les exemples sont tirés directement de la discussion en ligne, les fautes d'orthographes sont faites par les internautes.

| | |
|---|---|
| <i>catégorie de présentateur</i> | peux assurer sans la moindre gêne qu'être gros (donc mal dans sa peau vis à vis de sa) est l'une des PIRE choses qui peut arriver sur le plan psychologique d'une personnes. » (Zei Rao) |
| <i>c) Le réglage du niveau d'alliance</i> | « Ca a été adapté aux USA justement parce-que le taux d'obésité augmentait... (rien qu'à regarder les proportions dans un fast food et l'incitation aux enfants à racheter leurs menus enfant régulièrement et les transformés en enfant obèse) Ce n'est pas pour autant qu'un Américain obèse est fiers de l'être. » (Maiwenn) |
| <i>d) La consolidation avec un consensus ou un énoncé d'un/e professionnel/le</i> | « L'obésité est une maladie importante en France, tout le monde l'a connaît elle n'est pas bizarre, alors pourquoi les fixer dans la rue ? » (Iison) |
| <i>La crédibilité de l'argument</i> | |
| <i>e) « Les faits parlent pour eux-mêmes »</i> | « Les problèmes de poids sont en augmentation et un vrai problème de société, ça concerne un grand pourcentage de la population. » (MiliEiko) |
| <i>f) L'usage des catégories de groupes pour persuader</i> | « Le problème est que ce n'est pas normal que les gens insistent du regard sur les gros, les insultent les harcèlent à l'école. Les gros n'ont pas un physique plus différent que le mien ou le tien finalement, on a tous nos différences il y a des gros, des grands, des maigres et ce n'est pas pour autant qu'on doit rendre la vie dure à certaine personne sous prétexte que leur physique nous dérange. » (Iison) |
| <i>g) L'usage des détails et des narrations pour persuader</i> | « Je rajouterai aussi qu'elle est comme tous les êtres humains: sa vie est faite de pleins d'aspects! Très probable qu'elle est pas tout le temps en chien sur la grossophobie, tsé. ya sans doute aussi plein de fois où elle rigole avec ses potes ou elle lit, ou ce que tu veux. Yen a marre de toujours entendre cet argument de mes ovaires comme quoi on se victimise quand on se bat pour moins de discrimination. » (Loriane Marie Vion) |
| <i>h) La quantification numérique et non-numérique</i> | « En France, le tabac cause 70 000 morts par an et l'alcool 30 000 (environ), sans compter les handicaps, maladies et infirmités que cela provoque. Ne serait-il pas normal de taxer ce qui nuit à la société et coûte cher, sur le principe "pollueur-payeur" ? » (Akilab Sheep) |
| <i>i) L'usage des métaphores</i> | « Merci à tous ces docteurs en herbe de se soucier de leur santé. Maintenant allez voir tous les fumeurs pour leur balancer votre moral à la tronche aussi. » (Hayhy M) |
| <i>j) L'usage des mots ou</i> | « j'comprend juste pas pourquoi tu me dis sa sachant que j'ai |

| | |
|--|--|
| <i>expressions de degré d'intensité</i> | absolument jamais dis que gros et obèse était la même chose... ? Ah et puis du coup, L'obésité morbide n'est rien d'autre qu'un niveau élevé de gras, ce qui est carrément la même chose qu'être gros finalement. » (Zei Rao) |
| <i>D'autres manières d'argumentation rhétorique pour convaincre</i> | |
| <i>k) La liste de trois exemples</i> | « Parce que les gros qui le sont pour des raisons génétique, de diabète, de thyroïde, par trauma, etc... C'est moins de 10% des gros. Donc de 1, ils se servent d'eux pour justifier leur mauvaise hygiène de vie. De 2, heureux ou pas, leurs problèmes de santé coûtent énormément à la société, qui n'ont pas choisi de payer pour ça Et de 3, conforter quelqu'un dans son problème ça n'as jamais aider à le soigner. » (Ludovic B) |
| <i>l) Le contraste</i> | « Et puis petit scoop pour tous ces docteurs autoproclamés du net : le poids dépend aussi d'un facteur génétique. Ne le niez pas, on a tous un pote qui se goinfre tout en restant maigre comme une tige et un ami un peu gourmand mais raisonnablement qui est plutôt rond sans pour autant manger h24. » (Hayhy M) |
| <i>m) La répétition</i> | « Merci pour ce commentaire réfléchi au milieu de ce champ de méchanceté » (audrey bannes) « traduction : merci de continué de nier le fonctionnement du monde réel au milieux de ce champs de com réaliste et lucide » (prenom Nom) |
| <i>n) Se protéger des contre-arguments possibles</i> | « J'ai rien contre les personnes en surpoids ou obèses mais ce phénomène dangereux de la "body positivity" n'est que la glorification d'un mode de vie dangereux et inconfortable, les gens obèses pour raison médicales, j'accepte, que les obèses soient bien dans leur peau, super ! Qu'on arrête de les regarder de travers ou d'être irrespectueux je suis d'accord, mais cette glorification, cette politique médiatique pour rendre l'obésité normale et inoffensive, je suis contre. [...] » (Nicolas Delisle) |
| <i>o) L'ironie</i> | « oui c'est pas un croissant qui va jouer :) idem pour un petit Mcdo sa ne joue pas :) après tout il faut pas se priver, il faut bien manger et puis un fruit c'est tellement plus chère qu'un croissant au beurre :) » (prenom Nom) |
| <i>p) La moquerie / l'injure</i> | « Je serai ta mère j'aurai honte de toi putain sérieux ton éducation elle est passée ou? mais bon tu dois quand même bien vivre parce que mtn ce monde est adaptés aux cons ! la norme vient de la société pourrie actuelle pas d'un gars |

| | |
|--|---|
| | qui va se dire " tiens je vais dire que la norme c'est taille 36 ou 65kg " donc au lieu de faire la sombre conne réfléchie avant de tenir des propos telle que ceux-ci » (Lifewith Sweet) |
|--|---|

Tableau 5 Classification des outils rhétoriques des arguments.

Pour commencer l'analyse par le premier groupe (la crédibilité du présentateur·trice de l'argument), l'outil (a), *s'éloigner de ses propres intérêts*, n'est pas très utilisé dans le corpus, mais nous avons trouvé quelques exemples en plus de celui du tableau 5. Dans l'exemple du tableau 5, le fait de dire « utopiquement on le souhaiterai [sic] tous pour nous ou 1 de nos proches » montre une façon de s'éloigner de ses intérêts, car l'internaute argumente contre son vœu de pouvoir réaliser des adaptations urbaines pour « nous » ou « des proches ». Le second exemple de cet outil montre que l'internaute pousse de côté son opinion sur les fumeurs :

- (37) Autant, il faut lutter contre l'obésité, il ne faut pas lutter contre les obèses. Parce qu'à ce titre (et ça me tue de le dire parce que je vous déteste), il ne faut pas lutter contre les fumeurs mais lutter contre le tabagisme. (Archer est)

Dans les troisième et quatrième exemples, l'internaute admet qu'il était contre le sujet avant de voir la vidéo :

- (38) Je m'attendais à mettre un pouce vers le bas mais son discours tiens la route, ostraciser les personnes en surpoids n'est pas la meilleure méthode pour lutter contre l'obésité, d'autant plus qu'ici on est loin de l'idéologie très américaine concernant les gros qui consiste à vanter le fait d'être en surpoids quitte à nier totalement le problème de santé publique que cela peut engendrer. (Stratananas)
- (39) J'aime beaucoup son état d'esprit, lorsque j'ai cliqué sur la vidéo je m'attendais à recevoir les pleurnicheries d'une personne qui crie au racisme pour se donner une raison d'exister mais finalement on est en face de quelqu'un qui souligne simplement des faits et qui comprends l'état d'esprit de la population. (Lucas LALLEMENT)

L'outil (b), *la justification par catégorie de présentateur*, en revanche était plus fréquent dans les argumentations. Il est probable qu'étant un sujet qui évoque des émotions, il est plus naturel d'argumenter avec son vécu ou son expérience, donc avec la catégorie à laquelle on appartient (souvent de gros ou *ex-gros*²⁶). Dans l'extrait de l'outil du tableau 5, l'expérience de l'internaute est mise en avant : « pour avoir été gros les 25 premières années de ma vie ». Le fait d'avoir été gros pendant 25 ans sous-entend avoir beaucoup de connaissances sur le

²⁶ Nous employons ce terme pour les internautes qui disent d'avoir été gros avant, mais qui maintenant ne le sont plus.

sujet et c'est un argument difficile à nier. Ainsi, cette catégorie d'ex-gros lui donne le droit d'assurer quelque chose sur le fait : « je peux assurer sans la moindre gêne qu'être gros [...] est l'une des PIRE choses qui peut arriver sur le plan psychologique d'une personnes [sic] ». D'autres exemples montrant le vécu propre (deux commentaires par le même internaute) :

- (40) La grossophobie c'est par rapport à un corps , le corps c'est un visuel et ce que veut la société c'est un visuel dicté. Quand j'étais plus jeune et "obèse" le fait d'être harcelé et insulté à l'école m'a fait mangé encore plus.. (Rine o'wisp)
- (41) Premièrement j'étais jeune et J avais pas d'aide à ce niveau là , J avais pas forcément le recul nécessaire. Je faisais des crises/ compulsions alimentaires parce que je me sentais seule, stressée , et moche...La bouffe c'est un réconfort nocif... mais sinon j'ai toujours mangé sainement xD (Rine o'wisp)

Dans l'exemple suivant, l'internaute utilise sa catégorie d'appartenance pour expliquer son vécu et évoquer de la compréhension :

- (42) j'ai une hypothyroïdie à tendance basedow (en claire je prend du poids ou en perd selon le taux de tsh) dernièrement je suis à la limite de l'obésité et enceinte (combien de critique j'ai eu parce que j'ose avoir des enfants) Si vous me dites madame faut maigrir en faisant ceci ou cela, franchement je vous enverrai boulet ma vie ne vous concerne en rien. Je ne me permets pas d'aller voir une anorexique pour lui dire faut manger dis donc. (laura bossler)

Dans le quatrième exemple, l'internaute est catégorisée comme « normale » et indique la duplicité de la grossophobie :

- (43) Personnellement, quand j'étais plus jeune j'avais un mode de vie relativement sédentaire et je mangeais n'importe quoi. Pourtant personne ne me le faisait remarquer parce que je n'ai pas de problème de poids... Je suis d'accord que l'obésité est un problème, cela ne veut pas dire qu'il faut les juger et les rabaisser. (Marine B)

Dans le cinquième exemple, l'internaute explique avec l'aide de son vécu le rôle de la génétique dans la grosseur :

- (44) Tu sais que l'hérédité joue beaucoup ? Je ne suis pas née dans une famille de planche à pain, donc je ne le serais jamais. J'aurais toujours des rondeurs, que je le veuilles ou non.

Et l'obésité n'est pas dû qu'à mal manger ou ne pas bouger. Quelque chose de grave peut arriver dans la vie et peut changer toutes tes habitudes. Oui, des gens qui deviennent obèses parce qu'ils ne bougent pas et mangent que de la merde, mais on est tous comme ça. Des médicaments, un accident, une dépression peuvent te faire grossir également.

Faut vraiment arrêter les conneries. Il n'y a pas de vaccins miracle pour guérir d'une maladie aussi important qu'une maladie qui touche à ton corps et à sa forme.
(laprincesse38)

Concernant l'outil (c) *le réglage du niveau d'alliance*, il est également fréquent dans le corpus. Cet outil se manifeste souvent avec une construction impersonnelle comme « il y a / il faut » ou « c'est/ça ». Avec ces constructions, il est difficile de dire qui parle, donc l'internaute fonctionne plutôt comme un intermédiaire du message. Dans l'exemple du tableau 5, il n'y a aucune indication de sujet personnel, car l'internaute utilise « ca [sic] » et « ce n'est » comme sujet. L'internaute donne l'argument, mais sans s'y investir. Dans un autre exemple de cet outil il y a un sujet impersonnel :

- (45) Si les problèmes de poids augmentent, c'est surtout parce qu'on mange plus gras, et de ce côté-là, il y en a qui abusent. Par ailleurs, il y a bien des endroits adaptés pour ces personnes. On appelle ça des "salles de sport" (Lucas Mills)

Ici, il y a une construction impersonnelle : « il y en a qui » où le verbe *avoir* forme le noyau verbal de cette locution verbale impersonnelle et deux phrases atypiques : « c'est surtout parce qu' » et « il y a bien des endroits » où le présentatif *il y a* désigne les référents *endroits* et *c'est* forme une phrase avec la subordonnée complétive *parce qu'...* (Riegel *et al.*, 2009 : 747, 756–758). Ces constructions donnent l'impression d'une généralité de ce que l'internaute dit. Dans ces cas, l'internaute s'éloigne de la responsabilité des assertions. Un troisième exemple règle le niveau d'alliance :

- (46) Interdire les sodas ou le tabac, ça se fait. Il y a peu d'enjeux économiques pour les entreprises françaises. Interdire le vin et la bière en France ... par contre, c'est chaud. Ça serait comme interdire la viande de baleine au Japon ou la viande de chien en Asie du Sud-Est. (Akilab Sheep)

L'internaute utilise pour généraliser l'infinitif « interdire », le présentatif « il y a » et les constructions impersonnelles « c'est chaud²⁷ » et « ça serait [...] » où *c'est / ça* ont une vacuité référentielle (Riegel *et al.*, 2009 : 755). Un quatrième exemple où l'internaute n'est pas « responsable » de l'assertion :

- (47) Ne pas manger pour perdre du poids est une très mauvaise idée (laprincesse38)

L'infinitif *ne pas manger* a une fonction nominale et est sujet de la phrase : « Ne pas manger pour perdre du poids est une mauvaise idée ». Cette tournure, dont l'infinitif est en position de sujet directement antéposé au syntagme verbale, est considérée comme impersonnelle (Riegel *et al.*, 2009 : 756).

Dans l'outil suivant, (d) *la consolidation avec un consensus ou un énoncé d'un/e professionnel/le*, il y a plusieurs façons de montrer la consolidation ou le consensus. Le

²⁷ *C'est chaud* est familier et veut dire que c'est dangereux / risqué / difficile / compliqué (Le Petit Robert, www2).

procédé le plus fréquemment utilisé est le « on / nous » qui ramène à une collectivité, à un consensus, qui donne l'impression que le présentateur n'est pas seul derrière son argument (Jokinen *et al.* 1999 : 139). D'autres façons (nommées aussi dans le chapitre 3.3) sont les citations directes d'un spécialiste, les extraits ou un lien à une source scientifique ou l'utilisation de l'argument comme « tout le monde le sait ... ». Par exemple, dans le tableau 5, l'internaute utilise justement « tout le monde l'a [sic] connaît » pour parler de l'obésité comme maladie. Ainsi, l'internaute impose que l'obésité n'est pas une chose nouvelle ou bizarre pour quelqu'un et qu'il n'y a pas de raison de « les [les gros] fixer dans la rue ».

Un deuxième exemple où l'internaute utilise la rhétorique de « nous » qui renvoie à lui et à d'autres qu'il considère appartenir à son collectif :

- (48) Pour moi c'est cela qui revient à balayer nos problèmes sous les tapis et à faire que le plus grand nombre s'appauvrit mentalement et physiquement. Paradoxalement, nous n'avons presque jamais été plus éloignés les uns des autres et solitaires, que de nos jours malgré toute notre technologie et les exceptions/aides accordées aux uns et aux autres, il doit forcément y avoir un rapport. (Henry-Jean Berton)

Les adjectifs possessifs « nos » et « notre » renforcent également cette idée d'un ensemble qui a les mêmes intérêts. Dans le troisième exemple le « nous » représente les gens hors-norme :

- (49) De plus on ne parle pas forcément des obèses ici, mais simplement des personnes grosses qui aimerais éviter de se le faire rappeler dans la vie de tous les jours. Pour vous ce n'est peut être qu'un tourniquet, mais pouvez vous imaginez le mal être ressenti lorsque dans chacune de nos habitudes la société nous rappelle que nous ne sommes pas normaux ? (Iison)

Dans le quatrième exemple, l'internaute utilise « on » pour parler de la part des gros :

- (50) Déjà quand on a plus une place dans le métro, qu'on ne passe pas le tourniquet, qu'on ne trouve pas de tenues à sa taille, qu'on est en surcharge pondérale, qu'on mange n'importe quoi à n'importe quel moment on FAIT ATTENTION ET ON FAIT UN PEU DE SPORT! quelle époque de victimes! (Hamerley Maximus)

Probablement, l'internaute même ne se voit pas dans ce groupe, car il se moque d'eux : « quelle époque de victimes! [sic] », mais l'effet voulu de « on » est peut-être de diriger l'argumentation vers les gros en ayant l'air d'avoir le consensus des gros et de savoir ce qu'ils ressentent.

Le premier outil du deuxième groupe des outils rhétoriques, « la crédibilité de l'argument », l'outil (e), *les faits parlent pour eux-mêmes*, veut dire que les choses semblent vraies indépendamment des présentateurs ou des interprétations. La voix passive est souvent employée pour mettre en valeur le fait et non le sujet du verbe. Par exemple, dans le commentaire du tableau 5, « les problèmes de poids sont en augmentation », la construction

est passive et il n'y pas de sujet personnel, ce qui accorde de l'importance au fait (Jokinen *et al.*, 1999 : 141). Un deuxième exemple où « l'obésité » est l'acteur de la phrase, donc la subjectivité de l'internaute est diminuée :

- (51) L'obésité ne sort pas de nulle part, elle ne fait qu'augmenter et les coûts pour en soigner les conséquences avec. C'est bien parce que le tabagisme ou l'alcoolisme a été toléré qu'il s'est répandu dans la population. Inversement, l'homophobie et le racisme sont de plus en plus "mal vus" et tendent à disparaître. (Akilab Sheep)

Un troisième exemple où le fait est passé pour véridique :

- (52) Mais oui la cause principale de l'obésité n'est pas la génétique mais bien l'hygiène de vie je pense qu'on peut s'accorder sur ce point. (Zeromus)

Dans le quatrième exemple de cet outil, « l'obésité » est l'acteur des phrases et l'argument évoque une généralité des faits :

- (53) L'obésité n'est pas une maladie (mais il y a des maladies qui peuvent y mener comme le boulimie), la société n'a pas à s'adapter à l'obésité car ça serait la banaliser. Et étant donné que l'obésité est dangereuse il ne faut pas la banaliser. Il y a plein de minorités qui doivent être prises en compte par la société (lgbt+, handicapés...) mais pas l'obésité. (Billy Ledinosau)

L'outil (f), *l'usage des catégories de groupes pour persuader*, profite des connotations que suscitent les catégories. Par exemple, dans l'exemple du tableau 5, l'internaute compare les gros aux autres catégories en disant que tout le monde a ses différences : « Les gros n'ont pas un physique plus différent que le mien ou le tien finalement, on a tous nos différences il y a des gros, des grands, des maigres ». Cet argument sert à justifier la catégorie des gros, comme le dit l'internaute : « ce n'est pas pour autant qu'on doit rendre la vie dure à certaine personne sous prétexte que leur physique nous dérange. » Dans le deuxième exemple, l'usage de catégorie de groupes sert à justifier le débat sur la grossophobie :

- (54) Je comprends que le sujet de la grossophobie fait débat. Car d'un côté, il a toutes les personnes qui pensent qu'elle est obèse PARCE qu'elle ne s'alimente pas correctement. et de l'autre tu as tout ceux qui ont quelqu'un de leur famille ou eux-même sont dans ceux cas (obèse) et QUE CELA n'est pas à cause de l'alimentation !!! (Iris Uchiwa)

Ici, l'internaute divise la catégorie des gros en deux : les gros qui s'alimentent mal et les gros qui le sont à cause d'autres facteurs. Dans ce cas, l'internaute veut expliquer pourquoi le sujet de la grossophobie est inconsistent : une partie des gens pense être bienveillant quand c'est un gros qui se nourrit mal et l'autre partie des gens refuse la grossophobie car être gros est la somme de plusieurs facteurs. Le troisième exemple regroupe plusieurs catégories ensemble :

- (55) les fumeurs , les alcooliques , les obèses , les putes et les drogués méritent un minimum de respect , mais qu'ils viennent pas se plaindre si on leur fait remarquer que leur liberté individuelle engage une responsabilité collective... (CharlesIdoux & Lucien Chanel)

Dans le groupe d'outil suivant, le (g) *l'usage des détails et des narrations pour persuader*, l'objectif est de raconter un événement ou une situation en utilisant des détails et une narration afin que l'auditeur ou le lecteur fasse sa conclusion sur le fait. Dans les commentaires de ce corpus, les internautes utilisent cet outil, tout en préférant donner la conclusion eux-mêmes. La narration et les détails servent donc à expliquer et justifier leur conclusion. Par exemple dans l'extrait du tableau 5, l'internaute veut individualiser la personne de la vidéo en racontant une *histoire* sur elle : « elle est comme tous les êtres humains », « sa vie est faite de pleins d'aspects! [sic] » et « aussi plein de fois où elle rigole avec ses potes ou elle lit ». L'internaute veut mettre la personne dans la catégorie des personnes normales et le justifie en racontant des détails de toute personne (rigoler et lire).

L'exemple suivant décrit le processus de la perte de poids en détail pour évoquer de l'empathie :

- (56) De plus, même pour ceux qui parviennent à revenir à un poids normal, c'est un processus long et qui prend des années (le poids perdu trop rapidement a TRES TRES TRES souvent vocation à être repris inexorablement, c'est un processus d'adaptation du corps). Du coup, de même, est-ce que si une personne met 2,3,4, 5 ans à perdre son poids (parce qu'on parle pas de juste 2 kg en trop là), est-ce qu'elle n'a pas le droit de pouvoir vivre dans l'espace public pendant ce temps non plus ? Il faut rester reclus chez soi ? Mais ça n'aide pas non plus à mincir ça ! (MiliEiko)

Ici la conclusion n'est pas dite directement, c'est aux lecteurs de voir que l'internaute veut mettre les gros dans la catégorie des personnes normales avec des droits civils et des émotions. Dans le troisième exemple, l'internaute justifie qu'une personne grosse n'est pas forcément fainéante :

- (57) Une personne ne s'arrête pas a son physique. Dire qu'une personne est flemmarde car elle est obèse c'est de la discrimination. On ne la connait pas, elle a peut être fait des régimes pour perdre du poids, essayer mais n'a pas réussi ou au contraire, réussit a perdre quelques kilos et est sur une pente descendante. Mais une chose est sûre, cette femme n'est pas flemmarde, elle a créé une asso dans le but de se battre contre une discrimination acceptée et tolérée par la société (il suffit de lire les commentaires pour se rendre compte que peu sont bienveillants), son combat est loin d'etre fini. Elle est venue temoigner et s'exposer. Elle est courageuse, pas flemmarde [...] (Asilma)

L'outil (h), *la quantification numérique et non-numérique*, est très fréquent dans le corpus car pour généraliser les internautes utilisent souvent des mots comme *la majorité*, *beaucoup* ou

tous et ils usent aussi des chiffres. Dans l'exemple du tableau 5, l'internaute donne des chiffres précis sur les morts causés par le tabac et l'alcool pour justifier son argument de « taxer ce qui nuit à la société ». Ceci est une réponse à un commentaire de Billy Ledinosaure qui dit qu'il « faudrait taxer la malbouffe ». Un exemple de plus de cet outil :

- (58) Ah le tabac n'est nocif que pour la santé ? Et les milliers (millions?) de mégots jetés chaque jour sur le bitume qui nécessite des frais PUBLICS pour nettoyer cela (les chiffres parisiens sont impressionnant). (SednII A)

Ici, l'internaute soutient son argumentation avec une quantification numérique : « les milliers (millions [sic] ?) de mégots jetés » et non-numérique : « chaque jour ». Dans un autre exemple, l'internaute utilise la quantification pour le contraire :

- (59) je savais pas que manger de la merde était une maladie faut arrêter d'être fragile et de débiter de la merde les vrais malades de l'obésité sont les ppl insulaire et 2/3 exceptions à la limite les obèses pour 99% des cas sont justes des grosses merdes n'ayant aucunes hygiènes de vie (INakeedHD)

Dans cet extrait, pour le « 2/3 exceptions », nous pensons qu'il veut dire *deux ou trois* et non *deux sur trois* car il n'y a pas d'article contracté *des* devant 2/3 qui indiquerait *deux tiers de quelque chose* et de plus, l'internaute serait contradictoire dans son argument. Dans ce cas, l'internaute utilise la quantification pour dire qu'il y a des exceptions, mais en même temps, qu'il y en a très peu, *deux ou trois*. L'exemple suivant illustre l'usage fréquent de la quantification dans le corpus :

- (60) Certaines personnes souffrent d'obésité à cause d'un souci de santé, mais l'immense majorité des gros le sont par manque de discipline et d'exercice. Que les feignasses aillent se faire voir. (Rico Chico)

Effectivement, beaucoup d'internautes dans ce corpus disent la même chose que « Rico Chico », que « certaines personnes souffrent d'obésité à cause d'un souci de santé » et que « [la] majorité des gros le sont par manque de discipline et d'exercice ». L'usage de la quantification non-numérique est efficace, car elle donne une idée des proportions, mais elle n'est pas spécifique. Cet argument peut être vu aussi comme un réglage de niveau d'alliance (l'outil [c]), parce que l'internaute n'utilise pas de sujets personnels et l'argument ressemble à une généralité.

L'outil (i), *l'usage des métaphores*, est moins utilisé dans ce corpus, mais quand même présent. Dans l'exemple du tableau 5, l'internaute use une métaphore des « docteurs en herbe » des internautes qui commentent sur les gros d'un point de vue « médical », même s'ils

ne font pas partie de la catégorie des professionnels médicaux. Ce genre de métaphore se trouve dans un autre argument du corpus par le même internaute : « docteurs autoproclamés du net » (Hayhy M), qui suggère la même chose, que les internautes ne sont pas des « vrais » professionnels, mais qu'ils utilisent le discours médical. Ces exemples montrent comment les internautes usant ce type de discours n'ont pas accès à ce discours car l'internaute Hayhy M n'est pas convaincu. Un autre exemple de l'usage de la métaphore :

- (61) Mais dans l'ensemble et de mon propre vécu, la critique et donc la grossophobie = insultes graves, injures graves allant au harcèlement morale graves et répété sur de longue périodes... (Iris Uchiwa)

L'internaute utilise le symbole « = » (égal) pour indiquer les métaphores de la grossophobie. Dans ce cas, les métaphores donnent une image de ce qu'est la grossophobie, donc donnent de l'information sur le terme. Dans l'exemple suivant, l'internaute décrit son avis sur les gros avec une métaphore :

- (62) Cassez vous les gros vous êtes la honte de l'humanité. (jesuisun Pintade)

Ce genre de métaphore est beaucoup utilisé chez les internautes, car beaucoup décrivent les gros d'une autre façon (au lieu de dire gros [ou obèse]). Cet argument est proche de la violence verbale, mais montre aussi une des fonctions de la métaphore dans l'argumentation qui est ici de créer une connotation négative des gros.

Le dernier outil de ce groupe, l'outil (j), *l'usage des mots ou expressions de degré d'intensité*, est fréquent car c'est une manière facile de persuader dans le langage quotidien. Dans l'exemple du tableau 5, l'internaute utilise les mots « absolument jamais », « rien » et « carrément » pour ne pas laisser de place au doute. En effet, « j'ai [sic] absolument jamais dit » est plus convainquant que par exemple « je ne crois pas avoir dit » où croire avoir dit quelque chose insinue un doute sur le fait. Un deuxième exemple avec des mots ou expressions de degré d'intensité :

- (63) Je suis contre l'obésité. C'est une maladie. Je suis contre le harcèlement vis-à-vis des obèses. Mais l'obésité se soigne avec des efforts. Ce n'est pas du tout simple. C'est un combat de tous les jours de perdre du poids. C'est escalader une montagne de soucis, de larmes, de sang, de craquage. Rien n'est simple. Rien n'est facile dans la vie. Il est plus facile d'abandonner que de continuer à perdre du poids. Il faut absolument maintenir un équilibre de santé. (Will Fayder)

Dans cet extrait, l'internaute utilise beaucoup ces mots qui indiquent le degré d'intensité pour souligner son avis. Les mots/expressions « pas du tout », « tous les jours », « rien » et « absolument » insistent sur le fait que perdre du poids est difficile, que la vie n'est pas simple

et qu'il n'y a pas d'autre choix que de maintenir « l'équilibre de santé ». Son argument est convaincant même s'il est exagéré. Dans un troisième exemple de cet outil :

- (64) On ne dit pas qu'il faut laisser l'obésité se répandre, on dit que des gros il y en a toujours eu et il y en aura toujours. On n'a pas à les traiter de la sorte. (Léna)

Ici, l'internaute utilise le mot « toujours » deux fois, pour insister sur le fait que les gros font partie de la variation des êtres humains. *Toujours* est un mot convaincant car il ne laisse pas de place à l'incertitude, ainsi que *jamais*.

Le dernier groupe des outils rhétoriques regroupe tous les outils que l'on ne peut pas classer dans les deux catégories précédentes. Le premier outil de ce groupe (k), *la liste des trois exemples*, est un outil de base dans l'argumentation qui est bien fréquent dans le corpus. Dans l'exemple du tableau 5, il y a deux listes différentes, dont la première est la liste classique juxtaposée « de diabète, de thyroïde, par trauma, etc. » et la deuxième est une liste numérotée « de 1 [...] de 2 [...] de 3 ». Les listes de trois exemples, dans ce cas, aident à débattre contre l'argument de l'internaute « Léna » qui dit que l'obésité est une maladie comme les autres. Un deuxième extrait de cet outil montre comment l'internaute liste des maladies qui aboutissent à la grosseur :

- (65) Il y a des maladies invalidantes dont l'obésité est un symptôme et dans ces cas-là, c'est souvent impossible d'atteindre un poids normal ,comme par exemple : le syndrome de Bardet Biedl, le syndrome de rohhad ou le syndrome de Prader-Willi ... (Madame !)

Pour montrer qu'il y en a même plus que les exemples qu'elle donne, elle met trois points à la fin pour indiquer que la liste pourrait continuer. Dans un troisième exemple, l'internaute utilise la liste classique juxtaposée pour donner des exemples d'influence de la société entre parenthèses :

- (66) Si tu veux vraiment aider quelqu'un alors cherche d'abord à comprendre, tu parle de courage et de persévérance mais tu crois que ça suffit? Les reportages c'est bien, mais si le but du reportage c'est de dire "oh regarder c'est pas bien " alors oui ils vont faire passer les obèses comme fautif.La société a une grosse influence tu sais (pub, regard extérieur, marketing) (Alice)

L'outil (l), *le contraste*, est souvent utilisé dans le corpus, surtout dans des cas comme celui de l'exemple du tableau 5 où l'internaute compare deux types de personnes (une qui est maigre, mais mange beaucoup et une autre qui est grosse, mais mange avec modération) pour justifier son argument que la génétique entre en jeu dans la morphologie d'une personne. Un autre exemple de ce type de comparaison :

- (67) Les facteurs de surpoids sont tellement multiples qu'il est extrêmement réducteur de les assimiler à de simples faiblesses - nos organismes sont tous différents ; moi par exemple je peux manger des sodas, des sucreries etc entre les repas, manger des plats très chargés, où je peux manger 200 grammes de viande sans problème de poids ensuite (une semaine avec un régime de roi, et sans sport, et je ne prend que quelques kilos, alors que des amis avec ce même régime peuvent prendre beaucoup plus, plus du double parfois). (Maxime E)

Le troisième exemple démontre le contraste en comparant le comportement envers les gros contre le comportement envers les fumeurs :

- (68) Ça me fait bien rire les gens qui défendent la grossophobie en disant "oui mais elle est en mauvaise santé, elle va avoir des maladies (en dehors de l'obésité), etc". C'est n'importe quoi comme argument, je pense pas que vous taper sur les fumeurs parce que c'est mauvais pour leur santé et qu'ils ont des grandes chances d'attraper un cancer, en plus eux c'est pire ils sont dangereux aussi pour la santé des autres. Pareil vous n'allez pas insulter tous ceux qui boivent de l'alcool, qui mangent mal, etc. (L. kujweski)

La répétition, l'outil (m) peut être observé de plusieurs manières. Dans l'exemple du tableau 5, la répétition se voit dans l'interaction de deux commentaires. Le premier commentaire d'« audrey bannes » est partiellement répété par l'internaute « prenom Nom » qui utilise la même construction de phrase (« merci » et « au milieu* de ce champ*²⁸ ») pour contredire l'argument d'« audrey bannes ». Dans ce cas, l'internaute contextualise en utilisant la même construction d'un commentaire d'un autre internaute et en changeant le commentaire pour refléter son avis. Un deuxième exemple de la répétition :

- (69) Parce que tu crois que les régimes marchent pour tout le monde ?

Tu crois donc que les maladies qui font grossir et les médicaments qui le font n'existent pas ?

Tu crois donc que tout le monde est égal devant les kilos ?

Tu crois donc que le sport peut être pratiqué par tous les gros ?

D'accord pour les personnes ne font pas attention à eux. Pour le reste, avant de critiquer, va écouter leurs histoires.

Beaucoup de maladie font grossir. Les médicaments font grossir mais personne ne veut le voir. Préféré critiquer sans poser de questions est le propre des personnes qui mettent tout le monde dans le même sac (Iris Uchiwa)

Dans ce commentaire, l'internaute répète « tu crois (donc) que » au début de chaque question pour souligner les questions (elles occupent chacune une ligne séparée) et pour attirer l'attention sur son argumentation. Ici, l'internaute veut souligner les différents aspects qui affectent la grosseur sous forme de questions pour inciter les lecteurs à réfléchir à ces faits.

²⁸ « au milieu » et « champ » sont écrits différemment. L'internaute « prenom Nom » les écrit « au milieux » et « champs » qui sont fautifs (écrits en pluriel avec -x et -s).

L'outil (n), *se protéger des contre-arguments possibles*, n'est représenté que par quelques exemples dans le corpus. L'extrait du tableau 5 est l'exemple classique de cet outil où l'argumentateur dit « je n'ai rien contre, mais... » pour éviter que les autres puissent l'accuser d'être contre le sujet en question. Dans le tableau 5, l'internaute commence avec « j'ai [sic] rien contre les personnes en surpoids ou obèses mais [...] » pour ensuite argumenter contre le « body positivity » parce qu'il pense que c'est une glorification de l'obésité. Un deuxième exemple de cet outil :

- (70) ouff non mais j'ai n'ai rien contre les gros (sauf ceux qui ont aucune maladie ou excuses pour être obèse et qui sont gros par paresse et par manque d effort et qui ne veulent rien faire pour changer cela eux il mérite mépris) puisque j'en suis un je dis juste que les gros meurent moins jeune c'est tout pas besoin de t enflame (gg djdrvevzyzudbbeheve r ebkzlaiauehrhdkrdhzh)

Ici, l'internaute utilise bien cet outil : « j'ai n'ai [sic] rien contre les gros », mais en même temps le contredit car il assume qu'il est contre les « gros par paresse ». De plus, il utilise l'outil de catégorie (outil [b]) : « puisque j'en suis un » pour justifier son argument et le droit de dire que « les gros meurent moins jeune [sic] ». En effet, en lisant ses autres commentaires, ici il veut dire que les gros meurent plus jeunes et non moins jeunes. Dans le troisième exemple, l'internaute se protège en disant que la discrimination devrait être interdite, mais ensuite son argument est contre l'invention du terme grossophobie :

- (71) Etre discriminatoire envers les gros devrait être interdit par contre de là à inventé carrément un terme "grossophobie" faut pas abuser non plus. On ne doit pas banaliser l'obésité, l'accepter non plus. Par contre on se doit le respect les uns envers les autres. (Pas de temps)

Comme tous les commentaires qui commencent par cet outil, à la fin, ils sont contradictoires car leur argument est souvent le contraire. En effet, l'outil permet d'adoucir l'argument « risqué ». Ici, l'internaute est pour le respect envers tout le monde, mais est contre la lutte contre ces discriminations et le manque de respect. À vrai dire, ceci peut être également dû au fait qu'il assimile la grossophobie à la banalisation de l'obésité, ce qui n'est pas le sens du terme.

L'outil (o), *l'ironie*, est très courant dans le corpus. Dans le tableau 5, le commentaire est complètement ironique. Dans ce cas, l'internaute « prenom Nom » minimise un argument qui dit qu'un croissant de temps en temps ne va pas « l'enfoncer » (Lilaaa A, référence à la personne de la vidéo). Ce qui rend l'argument ironique est le fait que l'ironie, l'antiphrase, a un double fonctionnement : le contraste sémantique et l'évaluation pragmatique, donc « ce que l'on dit/ce que l'on veut faire entendre » (Hutcheon, 1981 : 144). De plus, l'ironie est

aussi marquée par l'hyperbole « tellement plus chère » qui exprime une exagération de la réalité situationnelle (Aguert *et al.* 1981). Un autre exemple d'ironie dans le corpus :

- (72) Ouais surtout ne faisons rien pour faire évoluer les mentalités. C'est vrai que c'est vachement cool d'être confronté à des processus de recrutement froids et impersonnels où t'es juste un chiffre. Surtout, restons dans une société qui écrase les individus et qui leur donne une illusion de contrôle pour mieux faire passer la pilule. "Lé gen normo." La cerise sur le gâteau. (Scumbag)

Dans cet extrait, l'internaute fait passer l'ironie par les antiphrases : « C'est vrai que c'est vachement cool d'être confronté à des processus de recrutement froids [...] » et « restons dans une société qui écrase les individus [...] ». Donc dans ces phrases, l'internaute veut dire l'inverse de ce qu'il écrit (Aguert *et al.* 1981). De plus, il y a aussi l'hyperbole « c'est vachement cool » qui exagère le fait. L'ironie est également présente dans l'orthographe de « 'Lé gen normo' » qui est écrit comme entendu et mis entre guillemets dans le commentaire. Cette manière de démontrer l'ironie peut être expliquée par le « faux-semblant » où, selon Aguert *et al.* (1981 : 76), l'internaute prétend être du même avis avec une touche humoristique, dans ce cas, l'orthographe. Un autre extrait de l'ironie :

- (73) Waouh merci pour ces précieux conseils, très pertinent, tu devrais devenir docteur. Je suppose que vous ne fumez pas, ne buvez pas d'alcool, ne mangez pas de merde industrielle. (Alice)

Ici, l'internaute utilise aussi l'antiphrase, ce qui est très fréquent dans le corpus en tant qu'outil ironique. La deuxième antiphrase « je suppose que vous ne fumez pas, [...] » montre également l'hypocrisie des autres internautes en plus d'être ironique.

Le dernier outil, (p) *la moquerie / l'injure*, est très fréquent dans le corpus car comme dit dans l'introduction, l'anonymat (ou pseudonymat) favorise la démonstration de l'agression verbale dans la communication médiatisée par ordinateur (Tuomarla, 2014 ; Aguert *et al.*, 1981). Dans l'extrait du tableau 5, l'internaute utilise des injures comme « putain », « cons » et « conne » et écrit « je serai [sic] ta mère [sic] j'aurai [sic] honte de toi » qui diminue la catégorie de l'internaute (Jiminimane) à qui elle dirige son commentaire. Un deuxième exemple de moquerie :

- (74) mdr encore quelqu'un qui n'a rien dans la tête et passe son temps à critiquer l'orthographe des gens à ce prendre pour un professeur de français... c'est ridicule cherche toi un travail ou une activité petit con (tony dalton)

Dans ce commentaire, il y a l'utilisation du sigle « mdr » (« mort de rire ») qui est ici ironique, mais ce qui rend le commentaire injurieux sont les insultes « rien dans la tête » et

« petit con » qui dévalorise l'internaute en question (L. Sa). Un troisième exemple de cet outil :

(75) Elle est contente d'être grosse , maigris sale baleine , pour te parler il faut un permis poid lourd (I Benji)

Ici, l'internaute parle de la femme dans la vidéo et son commentaire se moque d'elle en la traitant de « sale baleine ». Il y a beaucoup de ce type de commentaires dans le corpus qui n'ont pas de valeur argumentative, mais incitent à une négativité verbale. D'après Tuomarla (2014 : 6), la provocation verbale est motivée par le lexique indigne, les actes de langages directifs et les mouvements contre-argumentatifs. Effectivement, cet outil, quand utilisé dans le corpus, suscite des contre-commentaires du même style. Par exemple, dans la réponse à ce commentaire, l'internaute a moins de difficultés de répondre de la même façon, avec moquerie ou injure :

(76) I BEnji toi tu es vraiment un déchet de l'humanité (Veronique Fabre)

.

5 Synthèses des résultats

Les résultats de cette étude montrent une tendance médicale et même péjorative dans la discussion sur les gros et la grosseur, même si les résultats ne sont pas conclusifs dû à la restriction quantitative de cette analyse. Premièrement, dans l'analyse du vocabulaire (chapitre 4.1), nous avons trouvé (en accord avec les théories des *Fat Studies*) que le discours médical a fortement modelé le vocabulaire utilisé pour désigner les personnes grosses et la grosseur. D'après Harjunen (2009 : 23), le discours médical et ses pratiques ont tellement modifié et défini la grosseur que c'est actuellement la seule manière d'en parler. De plus, Harjunen explique que l'interprétation médicale de la grosseur est depuis longtemps comprise comme la seule perspective « autoritaire » et « objective » sur le sujet et que les experts médicaux tiennent le monopole sur le « savoir » de la grosseur (*ibid.*).

Par ailleurs, le vocabulaire en soi n'est pas complètement péjoratif, mais la présence du discours médical renvoie le vocabulaire à une connotation négative, à une anormalité, une maladie et une déviance du corps. De plus, l'analyse du vocabulaire du corpus contient également des insultes (chapitre 4.1.2) qui profitent des attitudes négatives associées aux gros et à la grosseur et sont entièrement péjoratives.

Notons aussi que l'analyse du vocabulaire a également montré les intentions positives et neutres des internautes en parlant des gros et de la grosseur. Les mots *gros* et *obèse* peuvent être considérés comme descriptifs et neutres (voir dans chapitre 4.1.1) et les euphémismes et les mots entre guillemets (« *gros* ») peuvent être vus comme positifs ou même affectifs dans la description des gros et de la grosseur, bien qu'ils proviennent en grande partie du discours médical. Déjà le fait qu'il y ait des opinions qui diffèrent de la pensée courante indique que le pouvoir social est mis en question et renégocié.

Deuxièmement, concernant les arguments (chapitre 4.2.1), les deux versants de l'affaire concernant les gros et la grosseur sont actifs. Le côté empathique exprime la volonté des internautes d'accepter et d'inclure les gros dans la société et de comprendre la multifactorialité du sujet et le vécu des gros. À l'opposé, le côté antipathique réduit la plupart des arguments à des commentaires haineux et stéréotypés. Le discours médical est utilisé surtout dans ce groupe-là pour argumenter et ainsi, les internautes maintiennent cette domination dans le discours sur les gros. L'attitude péjorative des internautes est tellement puissante que les internautes n'arrivent pas à considérer les injustices subies par les gros et pensent que le mouvement anti-grossophobe apporte une banalisation de la grosseur. Pour

eux, la bienveillance s'interprète par les approches (commentaires, regards) qui sont considérées comme grossophobes par les gros.

Les résultats de cette analyse montrent aussi le pouvoir idéologique dont parle Fairclough (1989 : 33, ch. 3.1), car les internautes antipathiques utilisent la rhétorique du discours dominant négatif et la présente comme universelle et logique. De plus, les thèmes montrent la lutte sociale entre les gros et les « normaux » (ou minces) et cette relation de lutte est à-vrai-dire une relation de pouvoir. Comme mentionné dans le chapitre 3.1, ce phénomène est lié au prestige et donc, le groupe qui est considéré plus prestigieux vis-à-vis de l'Autre a souvent plus de moyens de persuader que le groupe inférieur (voire minoritaire).

Néanmoins, les attitudes favorables trouvées dans cette analyse montrent le début d'un changement dans la pensée courante. Il est très probable que l'influence des réseaux sociaux dans la diffusion d'informations concernant les gros joue un rôle important. Par exemple, les revendications des personnes grosses par l'intermédiaire des mouvements anti-grossophobe, d'acceptation du corps etc., ont probablement commencé à transformer l'image des gros et de la grosseur (voir ch. 2.1). Même notre corpus fait partie de ce phénomène car la vidéo se concentre sur l'injustice à laquelle les gros font face et sensibilise donc son public à ce problème politique et social.

Troisièmement, l'analyse des outils rhétoriques (ch. 4.2.2) montre les différentes façons de persuader dont la plupart relèvent du pouvoir, de la catégorisation et de la représentation. D'ailleurs, le prestige, la persuasion et l'habitude (le « normal ») sont des outils pour exercer le pouvoir selon Wrong (1979 : 23, voir ch. 3.1) et ils sont présents dans la rhétorique pour convaincre. Ainsi, la persuasion est présente dans toute argumentation qui a pour objectif de persuader, le prestige se manifeste par l'utilisation des catégories et de la consolidation par le consensus et l'habitude qui se voient par exemple par l'usage des métaphores et des « faits » qui reposent souvent sur la représentation de la « réalité » des discours dominants.

Effectivement, l'analyse de ces outils démontre également comment les identités et les catégorisations sont construites, car comme nous l'avons mentionné dans le chapitre 3.3, l'argumentation est liée à la construction et à la démolition des discours (Jokinen *et al.*, 1999). Les internautes qui sont antipathiques dans le corpus soutiennent et construisent le discours sur les gros qui est généralement vu comme « vrai » et « logique » et les internautes empathiques déconstruisent ce discours en soulevant des opinions et des arguments opposés. D'ailleurs, il n'est pas difficile de voir comment le cheminement qui amène à la normalisation et au rejet se construit par l'argumentation. Le discours dominant ne se construit pas rapidement mais au cours du temps, en rassemblant toutes les représentations, les stéréotypes

(doxa et topoï, ch. 3.6) et la mentalité de groupe qui le favorisent et tous ces processus sociaux (et linguistiques) sont présents et bien ancrés dans la communication, ce qui fait qu'il est difficile de formuler un contre-discours. Néanmoins, il est tout de même possible de le faire, justement en déconstruisant ces processus et en diffusant des idées opposées.

Concernant la théorie de l'ACD, le vocabulaire et les outils rhétoriques d'argumentation de ce corpus renvoient à la métafonction textuelle (les outils de communication) et le vocabulaire et les thèmes des arguments représentent les métafonctions interpersonnelle (les relations et identités sociales) et idéationnelle (les représentations). Le discours sur les gros dans ce corpus suit majoritairement le discours dominant de l'idéologie courante sur ce sujet, mais il y a tout de même un débat social où des internautes essayent de changer et d'équilibrer ce discours en montrant la voix des gros (qui n'est qu'une minorité des voix du corpus). Effectivement, ce corpus illustre la lutte sociale entre l'idéologie courante et opposée, entre le groupe dominant et dominé, et selon les résultats de cette recherche, il est difficile de changer leur position de pouvoir et de convaincre le groupe dominant qu'il n'a pas nécessairement raison ou qu'il a tort. Le groupe « supérieur » a le pouvoir et leur prestige permet de mettre en avant leur discours avec moins d'opposition.

Pour répondre à la première question de recherche, concernant la représentation des gros dans cette chaîne de discussion (ch. 1), la représentation des gros provient largement du discours médical qui influence le discours populaire de sorte que les gros sont réduits à des citoyens de seconde zone. Dans le corpus de cette étude, cette représentation est plus que présente, mais elle est également défiée par des gros qui témoignent de leur vécu et revendiquent leur droit de vivre comme les autres et par des internautes qui se dressent contre les stéréotypes et les préjugés sur les gros que cette idéologie répandue diffuse. L'hypothèse de base était qu'il y a davantage de représentations négatives que positives ou neutres et elle est confirmée par le vocabulaire et les thèmes des arguments qui sont majoritairement plus péjoratifs que positifs ou neutres.

Pour ce qui est de la deuxième question de recherche, à savoir comment les internautes construisent leur argumentation, les résultats indiquent que la plupart des internautes utilisent au moins un outil rhétorique d'argumentation (ou plus) pour persuader et convaincre leurs interlocuteurs·trices (ch.4.2). Une partie des outils est tellement populaire (comme la justification par catégorie, la quantification numérique et non-numérique, la liste des trois exemples, etc.) que les internautes ne sont probablement pas conscients que ce sont des outils d'argumentation spécifiques, mais les utilisent naturellement.

De plus, tous les outils utilisés, hormis (p) qui est l'injure ou la moquerie, sont un mélange de rhétorique défensive et offensive, car il y a souvent l'idée de défendre et de justifier son opinion, mais en même temps de réduire ou de minimiser la valeur des contre-arguments ou des opinions opposées, surtout dans les longs arguments. Par contre, l'outil (p) n'est qu'offensif pour endommager l'internaute ou l'argument opposé.

Ensuite, la construction des arguments se voit également dans les thèmes des arguments (ch. 4.2.1), car les thèmes antipathiques sont construits sur la base du discours négatif au pouvoir (les stéréotypes des gros, l'accusation et la médicalisation) pour rejeter les constats de la femme de la vidéo et les thèmes empathiques sont construits majoritairement en fonction d'opposition à ce discours dominant et pour défendre les points de vue de la femme de la vidéo.

Notre hypothèse sur l'argumentation, qu'elle serait négative et polarisée entre *nous* et *ils*, est confirmée, car la majorité des arguments sont péjoratifs (même s'il y a une partie qui sont positifs ou neutres) et la polarisation se voit via la métafonction textuelle des arguments, car chaque fois que les internautes réfèrent aux gros ou écrivent sur les gros (sans autant l'être), ils les divisent dans la catégorie de l'exogroupe, des Autres (*ils*), et se mettent eux-mêmes dans la catégorie de l'endogroupe (*nous*). C'est bien sûr une manière de parler (contexte et référence à l'objet), mais cela démontre, dans ce cas où les gros font partie d'un groupe défavorable, une mentalité de se séparer du groupe stigmatisé. Cette polarisation qui exclut l'Autre est surtout visible dans les arguments des internautes antipathiques (comme mentionné antérieurement).

Pour conclure, l'étude confirme les hypothèses faites au début de cette recherche, ce qui est concordant avec les résultats des *Fat Studies* obtenus précédemment. Tout de même, les résultats montrent aussi la tendance positive en hausse d'accepter et soutenir les gros dans la société et de questionner les stéréotypes et préjugés péjoratifs et dominants sur les gros. Cette tendance est due à Internet dont la facilité de répandre de nouvelles idées et des idées opposées à la pensée courante contribue considérablement à l'accès facile à l'information (scientifique ou populaire). Plus il y a de recherches scientifiques non-médicales sur les gros, plus il y aura des statistiques et des faits au sujet du problème de la discrimination des gros qui aideront à convaincre le public et à changer le discours sur les gros pour atteindre une égalité sociale.

6 Conclusion

Nous avons voulu étudier la grossophobie et l'anti-grossophobie parce que le thème n'est pas beaucoup abordé en France ou en Finlande (originaire des États-Unis et plus élaboré dans les pays anglophones), même si la tendance est à la hausse. Il est intéressant de faire une recherche sur un sujet qui paraît simple, mais qui est construit sur des processus complexes et multifactoriels, comme le contexte théorique de cette étude en témoigne. Cependant, il est évident que cette recherche ne touche qu'une petite partie du sujet, donc n'apporte pas de chiffres ou de résultats exhaustifs, bien qu'elle donne un petit aperçu de l'ensemble.

La grossophobie constitue une discrimination envers les gros, et il est important de noter que c'est un problème social et politique. Il ne s'agit pas alors d'analyser le côté médical du sujet, c'est-à-dire que nous ne participons pas à la discussion de la grosseur en tant qu'affaire de santé. Cela dit, il n'est également pas question de promouvoir la grosseur, mais d'étudier cette situation où un groupe de personnes est stigmatisé et discriminé à cause d'un trait esthétique qui n'est pas perçu comme « normal » ou « beau » par la société occidentale.

Le sujet de la grossophobie et de la grosseur en général est complexe et éveille beaucoup d'opinions contradictoires. Il est donc nécessaire d'avoir plus de recherches non-médicales pour acquérir une image holistique du sujet et pas seulement médicale qui n'est qu'un aspect de l'affaire. Effectivement, il est également important de disséminer ces résultats pour mieux pouvoir défier les idées dominantes et modifier les idéologies, les représentations et les dénominations.

Pour terminer, les résultats de cette recherche montrent que la grossophobie est un fait, et non une invention arbitraire, réalisée quotidiennement dans tous les milieux de la société. Effectivement, il serait intéressant de faire des recherches plus fiables avec un échantillon plus exhaustif de matériel ou de personnes. Par exemple, les études sur la psychologie sociale qui examinent l'image que les membres d'un groupe se font d'eux-mêmes et des autres, exécutées majoritairement sur les groupes ethniques (Amossy & Herschberg Pierrot, 1997 : 31–32), pourraient être également faites vis-à-vis des gros dans différents pays. En somme, les recherches pourraient apporter des détails et des perspectives pour changer le discours courant sur les gros et les attitudes péjoratives qu'ils subissent.

Corpus

www1 : YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=vSCXMCgydAI> (enregistré le 14/06/2018)

Bibliographie

- Aguert, Marc, Marcoccia Michel, Atifi, Hassan, Gauducheau, Nadia & Laval, Virginie (2012). « La communication expressive dans les forums de discussion : émotions et attitude ironique chez l'adolescent ». *Revue Tranel* 57 (2012), pp. 63–82.
- Alentola, Anni Emilia (2017). *Changing the narratives of marginalised bodies – a study about body positivism*. Mémoire de master : Université de Stockholm.
- Amossy, Ruth & Herschberg Pierrot, Anne (1997). *Stéréotypes et clichés : Langue, discours, société* (Réimpr. 2000.). Paris: Nathan.
- Auger, Nathalie, Fracchiolla, Béatrice, Moïse, Claudine & Schultz-Romain, Christina (2008). « De la violence verbale pour une sociolinguistique des discours et des interactions ». *Congrès Mondial de Linguistique Française, 074*. <https://doi.org/10.1051/cmlf08140> (consulté le 13/03/2019)
- Caffarel, Alice (2006). *A Systemic Functional Grammar of French : From Grammar to Discourse*. London: Continuum.
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=226827&site=ehost-live&scope=site> (consulté le 10/10/2018)
- De Brún, Aoife, McCarthy, Mary, McKenzie Kenneth & McGloin, Aileen (2013). « Weight stigma and narrative resistance evident in online discussions of obesity ». *Appetite* 72 (2014), pp. 73–81.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0195666313004042> (consulté le 04/10/2018)
- Fairclough, Norman (1989). *Language and Power*. London : Longman.
- Fairclough, Norman, Blom, Virpi & Hazard, Kaarina (1997). *Miten media puhuu*. Tampere : Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1995). *The Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London : Longman.
- Fairclough, Norman (2010). *The Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (2nd edition). Harlow : Pearson education.
- Fikkan, Janna, L. & Rothblum, Esther, D. (2011). « Is Fat a Feminist Issue? Exploring the Gendered Nature of Weight Bias ». *Sex Roles* (2012) 66, pp. 575–592.
<https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11199-011-0022-5> (consulté le 05/10/2018)
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood (1978). *Language as social semiotic: The social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold.
- Harjunen, Hannele, 2009. *Women and Fat: Approaches to the Social Study of Fatness*. Jyväskylä : Université de Jyväskylä.
- Hutcheon, Linda, 1981. « Ironie, satire, parodie: Une approche pragmatique de l'ironie ». *Poétique : Revue de Théorie et d'Analyses Littéraires* 12.46 (1981), pp. 140–155.
<https://tspace.library.utoronto.ca/bitstream/1807/10253/1/TSpace0166.pdf> (consulté le 19/02/2019)
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino.
- Murray, Samantha (2008). *The 'fat' female body*. New York: Palgrave Macmillan.

- Pena Pena, Manuela, Urdapilleta, Isabel, Tavani, Jean-Louis, Pruzina, Isabelle & Verhiac, Jean François (2015). « Représentations sociales de la personne obèse et de l'obésité : effet de la situation de contact ». *Psychologie française* 61 (2016), pp. 235–250.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0033298415000266?via%3Dihub> (consulté le 13/09/2018)
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere : Vastapaino.
- Puhl, Rebecca & Brownell, Kelly D. (2003). « Ways of coping with obesity stigma: review and conceptual analysis ». *Eating Behaviors* 4, pp. 53–78.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S147101530200096X> (consulté le 04/10/2018)
- Pynnönen, Anu (2013). « Diskurssianalyysi: tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen. » *Working Paper, N°379*. Jyväskylä : Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu.
- Pälli, Pekka (2003). *Ihmisyhmä diskurssissa ja diskurssina*. Tampere : Tampereen yliopisto.
- Riegel, Martin, Pellat, Jean-Christophe & Rioul, René (2009). *Grammaire méthodique du français* (4e éd. entièrement revue.). Paris: Quadrige/PUF.
- Tuomarla, Ulla (2014). « La recontextualisation et la circulation d'insultes dans les médias : Le cas des commentaires des lecteurs sur des articles/vidéos publiés en ligne ». *Cahiers de Praxématique* 63. <http://praxematique.revues.org/2420> (consulté le 12/09/2018)
- Wagner, Wolfgang (2011). « Social Representation Theory ». *Wiley Online Library*.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9780470672532.wbepp260> (consulté le 06/10/2018)
- Wrong, Dennis Hume (1979). *Power: Its forms, bases, and uses*. Oxford: Blackwell.

Bibliographie secondaire

- Allport, Gordon W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley.
- Billig, Michael (1991). « Ideology and Opinions ». *Studies in Rhetorical Psychology*. London: Sage.
- Culpeper, Jonathan (2011). *Impoliteness: Using Language to cause Offence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Flegal, Katherine, Graubard, Barry, Williamson, David & Gail, Mitchell (2005). « Excess deaths associated with underweight, overweight, and obesity ». *Jama-Journal Of The American Medical Association*, 293(15), pp. 1861–1867.
- Lahti-Koski, Marjaana (2001). *Body mass index and obesity among adults in Finland : trends and determinants*. Helsinki : National Public Health Institute.
- Moscovici, S. (2000). *Social representations: Explorations in social psychology* (G. Duveen, Trans.). Cambridge, UK : Polity Press. (Tirée de Wagner, 2011)
- Pettigrew, T. F. (1998). « Intergroup contact theory ». *Annual Review of Psychology*, 49 (1), pp. 65–85.
- Sedgwick, Eve K. (1993). *Tendencies*. Durham : Duke University Press.
- Wooley, O. W., Wooley, S. C., & Dyrenforth, S. R. (1979). Obesity and women II: A neglected feminist topic. *Women's Studies International Quarterly*, 2, pp. 81–92. (Tirée de Fikkan & Rothblum, 2011).
- Young, Iris Marion (1990). *Justice and the Politics of Difference*. Princeton : Princeton University Press.

Sites Internet

www2 : Le Petit Robert, encyclopédie en ligne : <https://pr12.bvdep.com/robert.asp> (consulté le 04/10/2018)

www3 : Helsingin Sanomat : <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000005578589.html> (consulté le 26/04/2018)

www4 : Huffington Post : https://www.huffingtonpost.fr/2017/06/14/invisible-meprisee-et-moquee-comment-cette-francaise-de-150kg_a_22140097/ (consulté le 26/04/2018)

www5 : proverbe-français.fr : <https://www.proverbes-francais.fr> (consulté le 06/03/2019)

www6 : Urbandico : <http://www.urbandico.com/?s=clasher> (consulté le 06/03/2019)